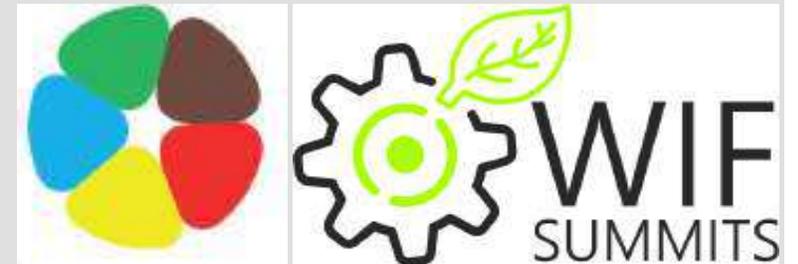


David Carranza  
Ing Industrial, MBA

# Comercio Sostenible en Europa Central y del Norte



# Significado de Sostenibilidad

REAL ACADEMIA :

Que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al medio ambiente.

*Etimología :*

“sustinere”, es "sustentar, mantener firme una cosa"

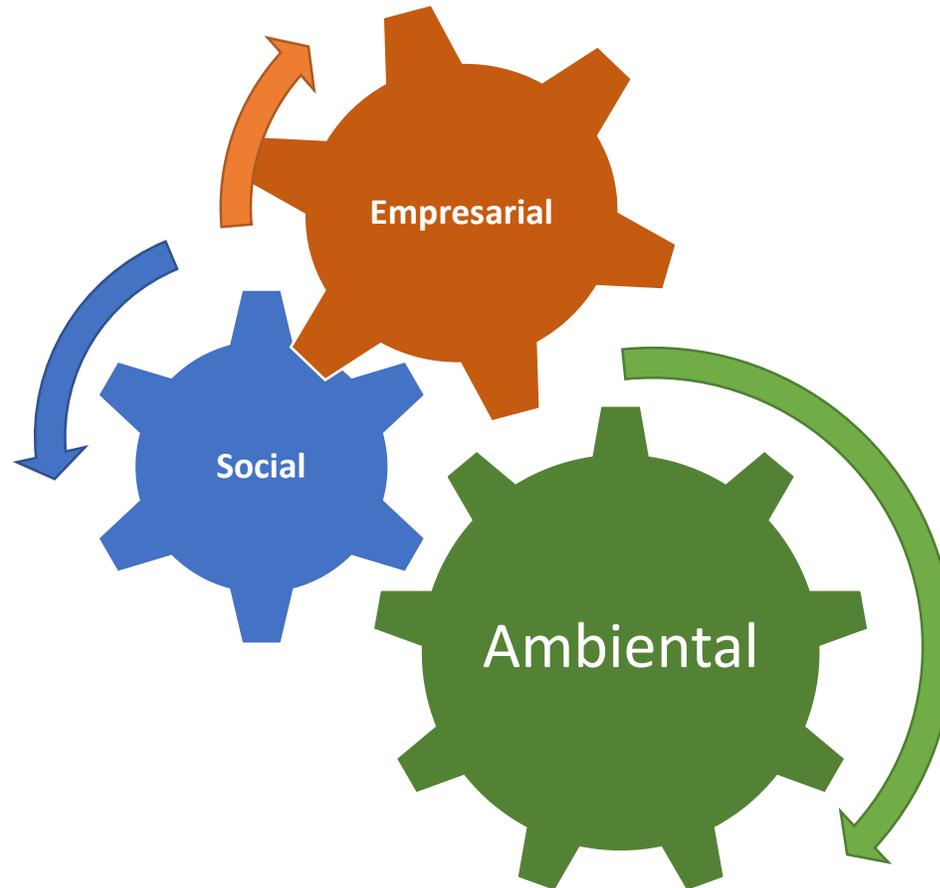
El informe de la Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo, conocido como **Informe Brundtland (CMMAD, 1988)**, a la que debemos uno de los primeros intentos de introducir el concepto de Sostenibilidad o Sustentabilidad:

"El Desarrollo Sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades".

# PROBLEMÁTICA

- Derecho o Necesidad & Deber ?
- El corto plazo o el futuro ?
- Global o Local ?
- Quien decide esos parámetros o límites de sostenibilidad?
- Mensaje de las Naciones Unidas:  
«La Sostenibilidad exige *planteamientos holísticos, globales*; exige tomar en consideración la *totalidad* de problemas *interconectados* a los que la humanidad ha de hacer frente y que solo es posible a escala planetaria, porque los problemas son planetarios: no tiene sentido aspirar a *una* ciudad o *un* país sostenibles (aunque sí lo tiene trabajar para que un país, una ciudad, una acción individual, *contribuyan* a la Sostenibilidad).

# LAS ARISTAS DE LA SOSTENIBILIDAD



# PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

## 2. OBJETIVOS



## ESTRATEGIA

### EMPRESA HOY

1. ¿Dónde estamos?

5. ¿Qué producto vamos a ofrecer?

- Herramientas a utilizar
- Necesidad a Satisfacer

**MISIÓN**

3. ¿Cómo llegar hasta allí?



6. ¿A qué mercado nos vamos a dirigir?

- Tipo de clientes
- Área geográfica

VALORES  
CORPORATIVOS



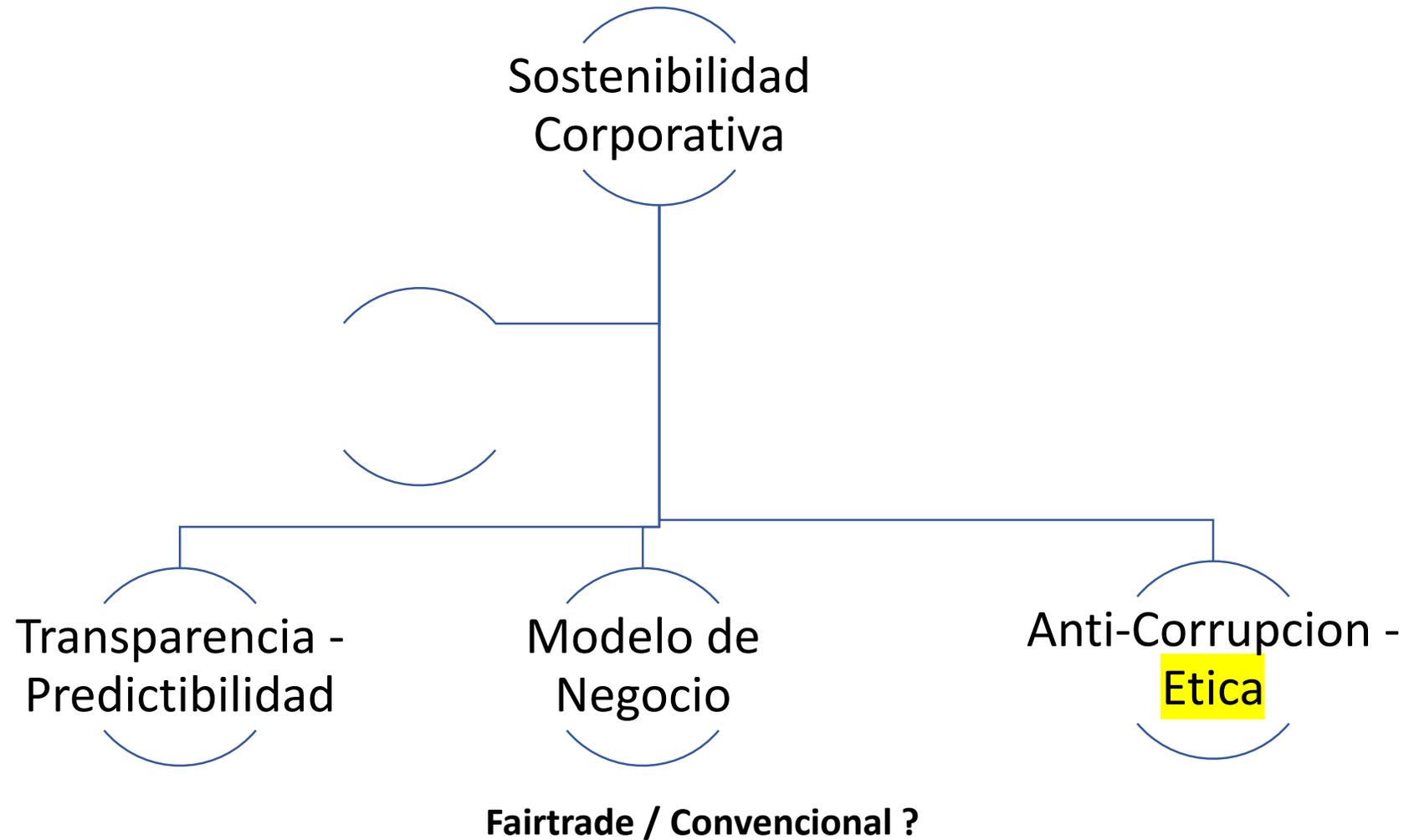
### EMPRESA MAÑANA

4. ¿Hacia dónde va la empresa?

- Entorno (Comunidad)
- Medioambiente

**VISION**

# «Ser y no solamente parecer»

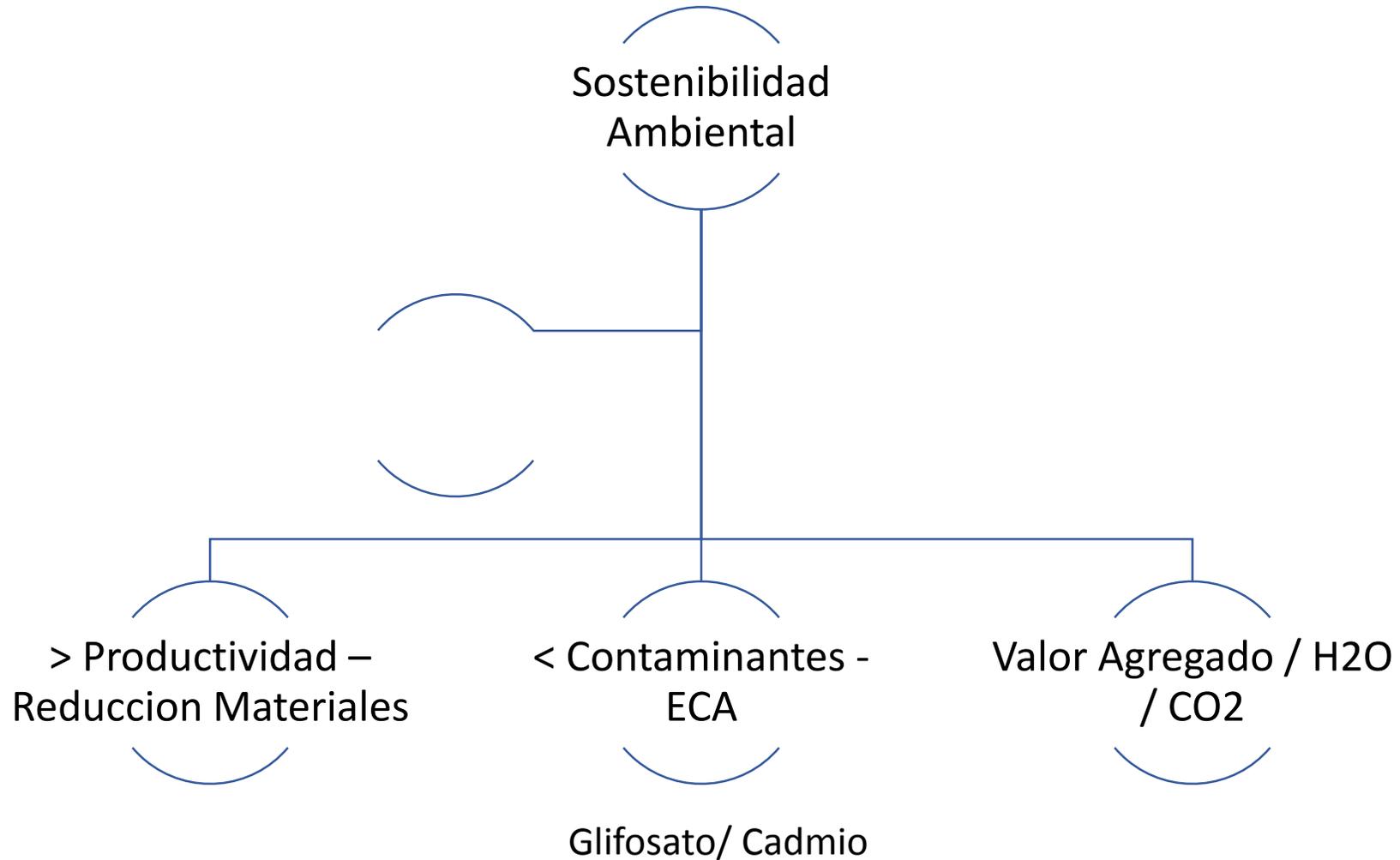


PAPÁ, ESTOY  
CONSIDERANDO  
LA CARRERA EN EL  
CRIMEN ORGANIZADO

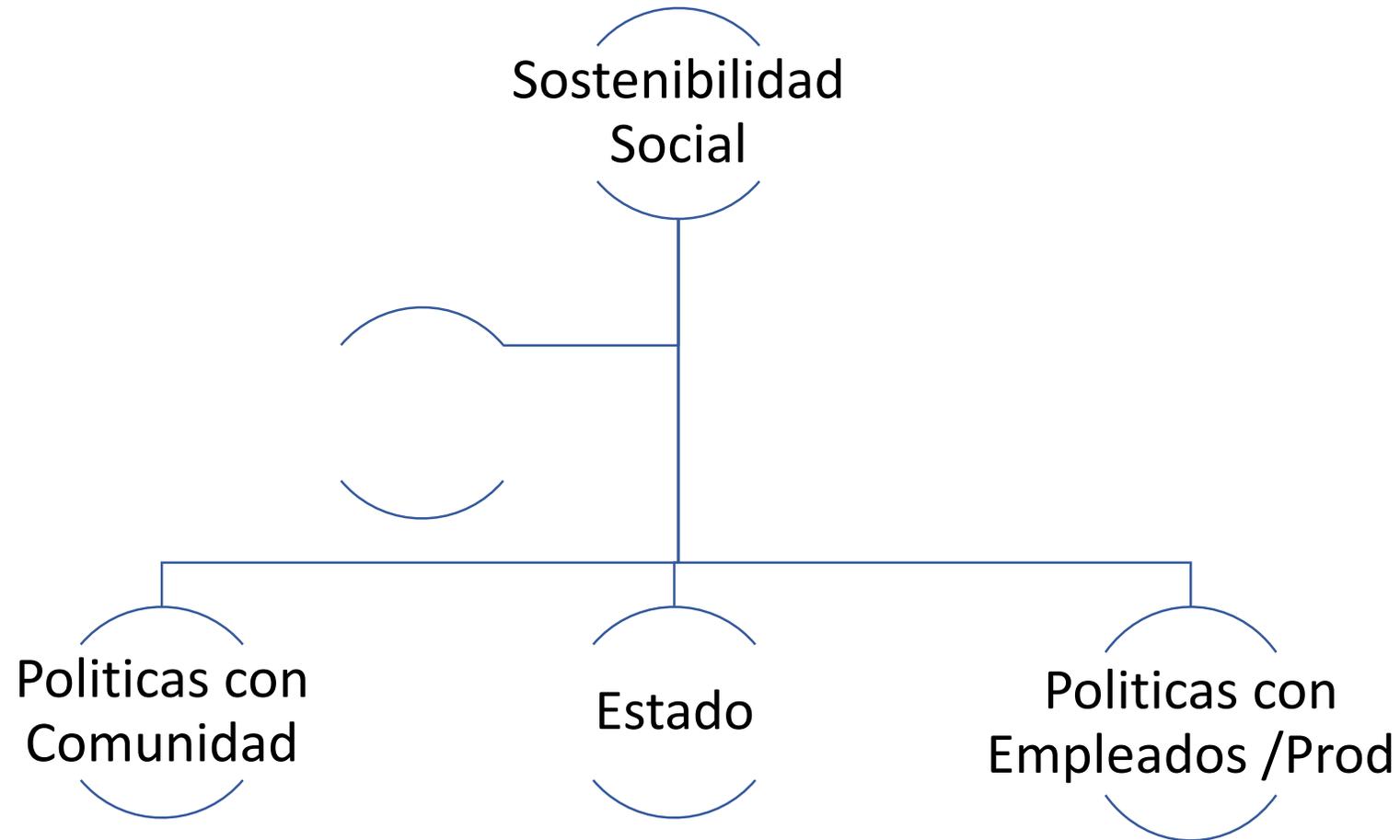
GOBIERNO O  
SECTOR PRIVADO



*«No solamente eliminar lo malo sino producir lo bueno»*



*«Goles son amores y no buenas razones»*





Camino a seguir en la  
estrategia hacia  
Europa?

Un modelo apropiado  
de negocio?

# Comercio Justo



**1,599**   
**PRODUCER  
ORGANIZATIONS  
ACROSS  
75 COUNTRIES**





 **FARMERS AND  
WORKERS**  
RECEIVED AN  
ESTIMATED  
**€178 MILLION**  
IN FAIRTRADE PREMIUM  
IN 2017   
FOR THE TOP 7  
PRODUCTS



## ESTIMATED VOLUME OF PRODUCTS SOLD BY FAIRTRADE PRODUCERS IN 2017

PRODUCT <sup>1</sup>	VOLUME	UNIT	GROWTH	CONVENTIONAL	ORGANIC
 Bananas	641,727	MT	↑ 11%	38%	62%
 Cocoa (Cocoa bean)	214,662	MT	↑ 57%	85%	15%
 Coffee (Green bean)	214,106	MT	↑ 15%	43%	57%
 Cotton (Cotton lint) <sup>2</sup>	8,311	MT	---	27%	73%
 Flowers and Plants	834,750	1,000 Items	↑ 1%	100%	
 Sugar (Cane sugar) <sup>3</sup>	207,222	MT	↑ 30%	77%	23%
 Tea (Camellia sinensis)	10,724	MT	↓ -12%	71%	29%



**GLOBAL FAIRTRADE  
SALES REACHED  
€8.49 BILLION  
IN 2017**



© 2018 Fairtrade International

Café  
Grano Verde  
Peruano

UN CASO

# Resumen Futuros café C EE.UU.



1

5

15

30

1H

5H

1D

1W

1M



Gráfico técnico »

Futuros café C EE.UU. ▲ 102,48 -1,12 (-1,08%)



Investing.com

# SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL

## Modelo de Negocio

## Precios Bajos

## Estructura Financiera

## Poder de Negociacion

- Tierras propias?
- Cooperativismo > **Fidelidad de compra/venta.** / **ETICA**
- Ingresos **solo** Comercio Justo & Orgánica
- Solo Ventas al exterior
- Productores 2do negocio / trabajo
- Un producto : café grano verde.

- Baja inversion y gastos operativos
- + Agroquimicos / **Glifosato**
- Apertura a Combos – **Desconfianza** en la cadena.
- Baja Calidad

- Baja inversion/patrimonio
- Altos intereses de los agente /+20%
- **Baja Productividad**
- Estructura de Capital

- Bajo volumen por cooperativ
- Mercado Consolidado
- Media/Baja Calidad
- Competencia Internacional - **COLOMBIA**

## SOSTENIBILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL



# El comercio justo es la tendencia?

Tenemos en cuenta el mercado?

# Todo es color de rosa !!!

Country	2017 (in €)	Growth
Australia/New Zealand	226,040,305	-6%* *
Austria	304,000,000	13%
Belgium	145,000,000	8%
Brazil	10,539,685	**
Canada	296,557,255	11%*
Czech Republic/Slovakia	25,659,253	**
Denmark	134,317,800	15%*
Finland	233,532,569	23%
France	561,000,000	5%
Germany	1,329,345,276	15%*
Hong Kong	4,563,458	**
India	2,764,715	**
Ireland	342,000,000	26%
Italy	130,032,000	16%*
Japan	93,887,248	4%*
Korea	30,478,322	**
Luxembourg	13,500,000	25%*
Netherlands	290,383,920	8%
Norway	120,795,621	22%*
Philippines	212,789	**
Poland	22,491,011	**
Spain/Portugal	35,243,798	12%
Sweden	394,375,476	6%*
Switzerland	630,583,295	12%*
Taiwan	7,377,960	**
UK	2,013,662,284	7%*
USA	994,122,992	5%*
Rest of world	96,287,099	

MERCREDI 24 OCTOBRE 2018  
30 2018€ - 19 2018€  
2,88€ - FRANCE MÉTROPOLITAINE  
3,90€ - SUISSE ROMANDE  
1,90€ - SUISSE ALÉMANIQUE  
1,90€ - SUISSE ITALIENNE  
1,90€ - SUISSE FRANÇAISE

# Le Monde

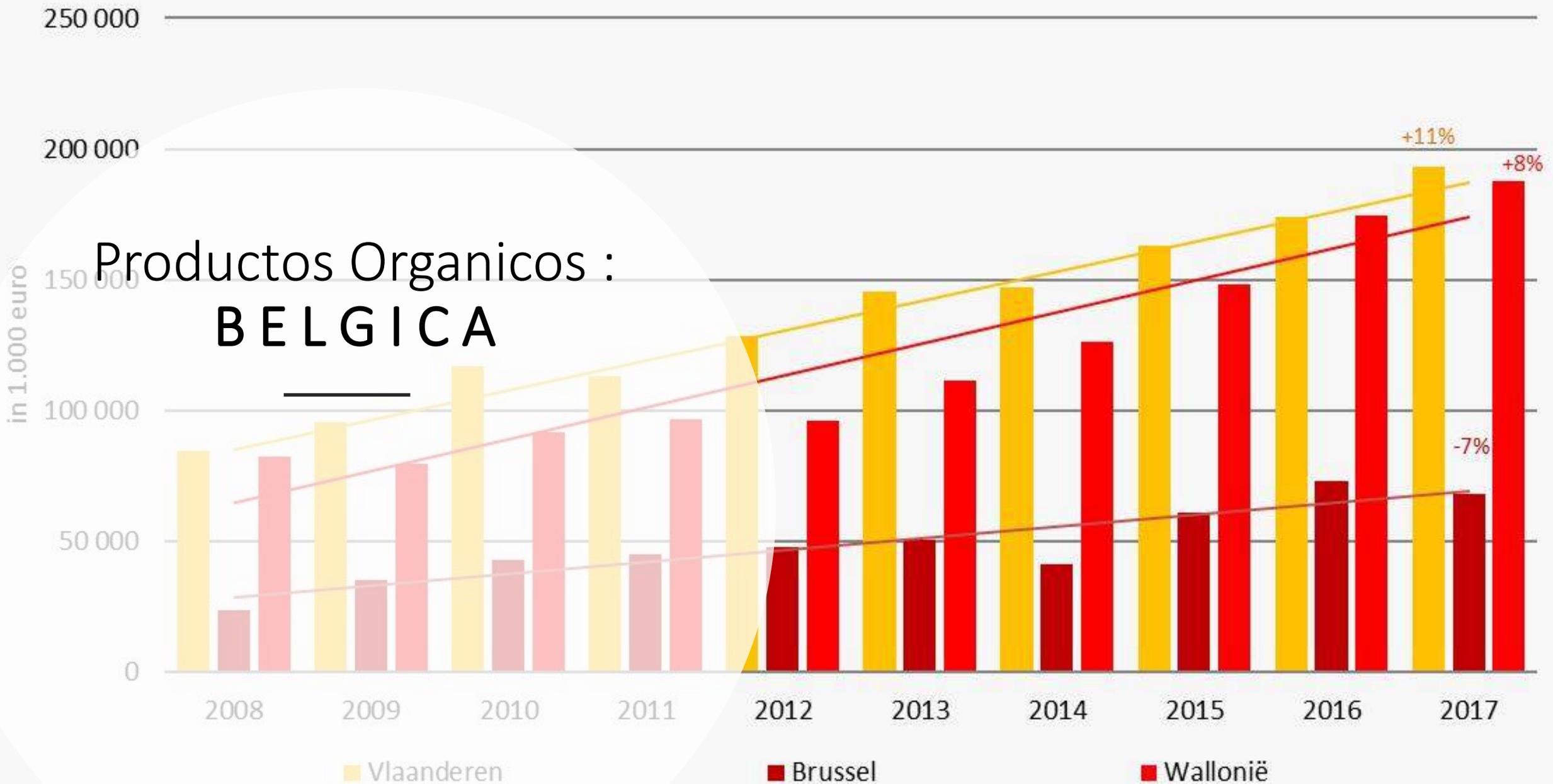
## L'alimentation bio réduit sensiblement les risques de cancer

- Une étude épidémiologique portant sur 70 000 personnes indique que les gros consommateurs d'aliments biologiques ont un risque de cancer réduit de 25%
- Ce résultat s'expliquerait par la moindre présence de résidus de pesticides synthétiques dans la nourriture bio, selon une chercheuse de l'INRA
- La réduction du risque serait même de 34 % pour les cancers du sein et de 76 % pour les lymphomes, une affection surreprésentée chez les agriculteurs
- Même si l'étude ne peut apporter de conclusion définitive, elle vient conforter un édifice de preuves déjà important

Négationnisme  
Mort de Robert  
Poisson.

MORE THAN  
**30,000**  
FAIRTRADE  
  
PRODUCTS  
ON SALE  
WORLDWIDE

# Productos Organicos : BELGICA



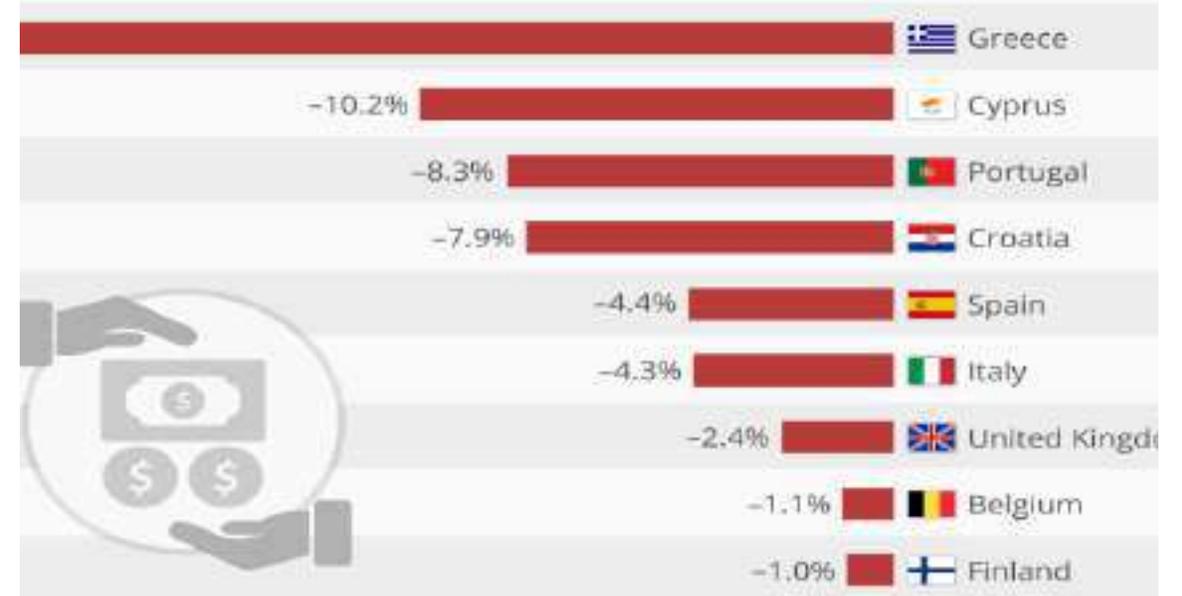
# PBI Europa per capita(PPP)

Rank	Country	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	 Luxembourg	90,661	92,969	92,102	94,823	99,738	101,255	103,286	106,373	110,870	112,622
2	 Ireland	43,291	45,359	46,058	47,422	52,133	65,656	69,248	75,538	79,925	81,686
3	 Norway	61,601	62,656	64,699	65,673	67,377	68,795	69,807	71,830	74,065	76,620
4	 Switzerland	53,263	54,769	55,728	57,098	58,808	59,423	60,365	61,421	63,380	66,780
5	 Netherlands	44,839	46,309	46,491	47,015	48,363	49,780	51,248	53,634	56,435	59,105
6	 Iceland	38,594	40,022	41,005	42,953	44,220	46,146	49,683	51,841	54,121	56,915
7	 Germany	40,850	43,249	44,266	45,127	46,627	47,429	48,532	50,425	52,801	54,984
8	 Denmark	41,957	43,193	43,933	44,882	46,223	47,202	48,338	49,883	51,643	54,564
9	 Sweden	42,021	43,719	44,057	44,906	46,410	48,518	49,995	51,474	53,077	54,474
10	 Austria	42,540	44,541	45,466	45,934	46,778	47,327	48,013	49,868	51,936	54,084
11	 Belgium	40,121	41,077	41,647	42,168	43,338	44,200	45,124	46,553	48,258	49,705
12	 Finland	38,741	40,377	40,340	40,490	40,771	41,114	42,408	44,332	46,342	48,221
13	 France	37,284	38,657	39,251	39,912	40,801	41,507	42,366	43,760	45,473	47,113



## Wages are shrinking in the EU

which had negative real wage growth from 2010 to 2017



Source: Benchmarking Working Europe 2018 - ETUI, AMECO

statista

# Donde estan los salarios en UE?

# «La verdad te hara libre»

## ALEMANIA

GERMANY

### Germany's Middle Classes Shrinking, Study Warns

Germany's recent economic upswing is bypassing the middle classes, according to an economic research institute. Globalization and greater flexibility in the labor market are widening the gap between rich and poor.



Germany's poor aren't just getting poorer, their numbers are rising too

*Forbes* magazine ranked 87-year-old Karl Albrecht, owner of the Aldi discount chain, as number 20 of the world's richest people. His wealth has been estimated at \$27 billion (17.7 billion euros).

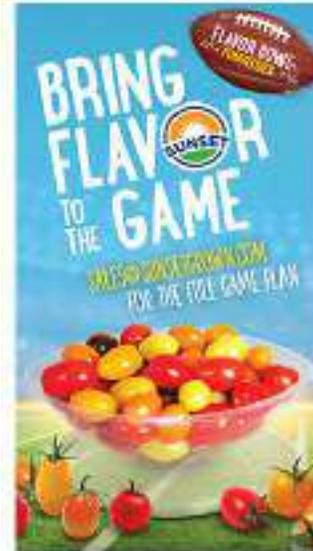
Albrecht has built his empire on providing food and clothing at knock-down prices to a chain of stores across Europe. But he might soon be losing most of his middle-income customers in Germany as the country counts the cost of income inequality.

Joachim Frick from the DIW Research Institute blamed the Hartz

## SUIZA



News Search Job Offers Photos Global Retail Calendar Subscribe



### Strong growth of the group is reflected in this new milestone Aldi opens its 200th branch in Switzerland

On the 7 of March, Aldi opens its 200th branch in Switzerland in Lugano. It took about 15 years for the discounter to get to that number. Aldi started preparing for market entry in mid-2004, and in autumn 2005 the first four stores were opened. At the time, nobody was able to estimate just how much potential the Swiss market had. In the first few years, the company belonging to the Aldi-Süd Group was able to disclose an expansion target.

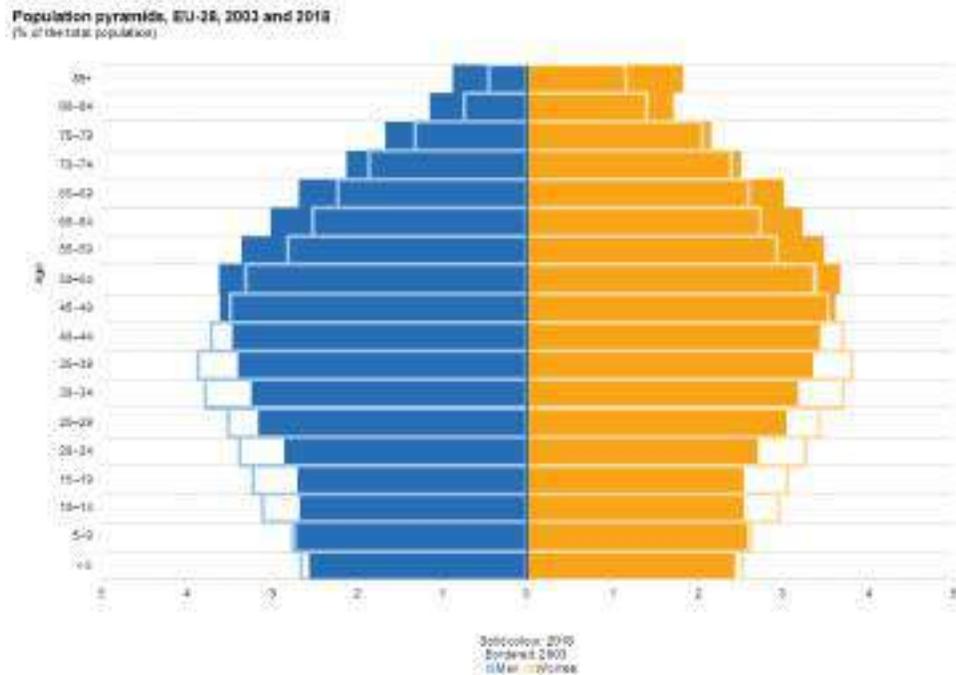
#### Rapid expansion pace

But the store network grew fast. In 2007 Aldi Suisse already opened its 50th store and in 2009 the 100 mark was exceeded. Although the pace of expansion dropped noticeably, the 200th store will not be the last. For its 10-year anniversary, it was said that Switzerland has a potential of up to 300 stores.

With 200 shops, Aldi is already one of the biggest in Switzerland. For comparison, there are around 700 Migros branches and around 900 Coop shops. In addition, there are numerous branches of other store formats of the two major distributors Migrolino and Coop Pronto. Even the Denner discounter, which belongs to the Migros Group, has more than 500 shops and a few hundred stores run by franchise partners.

# Mucha vejez, bajo consumo ?

**Tendencia negativa**



**Vejez, Obesidad, costos de vida, soledad, etc**





- Veganismo
- Obesidad
- Naturalismo
- Ambientalismo

IDEAS?  
Que debo  
hacer?

---



# Una gran respuesta fue dada hace 2000 años atrás

## **Mateo 7, 21-29**

### **La Casa Edificada Sobre Roca Y La Casa Edificada Sobre Arena.**

“No son los que me dicen: “Señor, Señor”, los que entrarán en el Reino de los Cielos, sino los que cumplen la voluntad de mi Padre que está en el cielo. Muchos me dirán en aquel día: “Señor, Señor, ¿acaso no profetizamos en tu Nombre? ¿No expulsamos a los demonios e hicimos muchos milagros en tu Nombre?”

Entonces Yo les manifestaré: “Jamás los conocí; apártense de mí, ustedes, los que hacen el mal”.

Así, todo el que escucha las palabras que acabo de decir y las pone en práctica puede compararse a un hombre sensato que edificó su casa sobre roca. Cayeron las lluvias, se precipitaron los torrentes, soplaron los vientos y sacudieron la casa; pero ésta no se derrumbó, porque estaba construida sobre roca.

# «Siempre hay mercado para la Calidad»

**DAVID CARRANZA DURAND**

Ingeniero Industrial, MBA

Gerente de Ducard Corp &  
Amauta State

[www.amautastate.com](http://www.amautastate.com)

Fundador del Evento de  
Financiamiento WIFSUMMITS

[www.wifsummits.com](http://www.wifsummits.com)

E [david@amautastate.com](mailto:david@amautastate.com)

