GUÍA INTERNACIONAL DE SELLOS DE COMERCIO JUSTO

Edición 2020

Una herramienta de referencia para una mejor comprensión de las garantías de los sellos de comercio justo, sus estándares, las medidas de control y en qué se diferencian de los sellos de desarrollo sostenible.

Commerce Équitable France
FAIR WORLD PROJECT www.fairworldproject.org
FAIRNESS Research Network on Fair Trade
FORUM FAIRER HANDEL

La presente guía procede de la publicación **“International guide to Fair Trade labels”**

La edición en castellano ha sido realizada por la Coordinadora Estatal de Comercio Justo en el marco del Proyecto **“Trade Fair, Live Fair”** que cuenta con financiación de la Unión Europea.

COORDINACIÓN DE LA EDICIÓN EN CASTELLANO: Marta Lozano (direccion CECJ), Marta Guijarro (responsable de comunicación CECJ)

TRADUCCIÓN: AEIOU Traductores

DISEÑO Y MAQUETACIÓN DE LA EDICIÓN EN CASTELLANO: José Luis Paniagua a partir del trabajo de Emilie Roudier

IMPRESIÓN: Gráficas Afanías

Julio 2020

Esta publicación ha sido realizada con el apoyo financiero de la Unión Europea. Su contenido es responsabilidad exclusiva de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo y no refleja necesariamente los puntos de vista de la Unión Europea.

COORDINADORA ESTATAL DE COMERCIO JUSTO
C/ Gaztambide, 50
28015 Madrid
91 299 38 60
www.comerciojusto.org

GUÍA INTERNACIONAL DE SELLOS DE COMERCIO JUSTO

Para cualquier petición de uso de esta guía, contacte por favor con Commerce Équitable France: contact@commercequitable.org

Edición 2020

Entidades autoras de la guía

Commerce Équitable France

Commerce Équitable France es la plataforma nacional del sector del comercio justo en Francia; reúne a empresas, principales sellos de comercio justo en el mercado francés, redes de proveedores y ONG que trabajan en la concienciación o en iniciativas de apoyo a pequeñas organizaciones campesinas. La misión de Commerce Équitable France consiste en promover el comercio justo y la justicia comercial entre las instituciones públicas, el sector privado y los consumidores y consumidoras.
www.commercequitable.org

Fair World Project (FWP)

Fair World Project es una campaña independiente de la Organic Consumers Association que busca proteger el uso del término "comercio justo" en el mercado, ampliar los mercados de auténtico comercio justo, educar a los consumidores/as sobre temas claves comerciales y agrícolas, llevar a cabo iniciativas de incidencia política que promuevan una economía más justa y facilitar relaciones colaborativas para fomentar un verdadero cambio del sistema.
www.fairworldproject.org

FairNESS

FairNESS (NESS: Network of Exchanges on Social Sciences) es una red multidisciplinar de investigadores que trabajan en torno al comercio justo. FairNESS France, creada en 2006, tras el 2º Simposio Internacional de Comercio Justo en Montreal, está compuesta por 30 investigadores de Francia, Bélgica, Canadá y Suiza.
www.fairnessfrancophone.wordpress.com

FairNESS United Kingdom replica la estructura de Fairness Network del continente, reuniendo a investigadores académicos británicos. La principal actividad de FairNESS UK consiste en actuar como una plataforma en línea para la comunicación y puesta en común de información. Las dos ramas de FairNESS se han marcado la misión de intercambiar conocimientos entre profesionales, responsables políticos y donantes interesados en temas de comercio justo.
www.fairnessuk.ning.com

Forum Fairer Handel

El Forum Fairer Handel es la asociación de comercio justo de Alemania. Su objetivo consiste en concienciar sobre el comercio justo, para impulsar sus demandas comunes sobre comercio y política, y para lograr un mayor desarrollo del comercio justo. El Forum Fairer Handel se considera el altavoz político del movimiento de comercio justo en Alemania, promoviendo condiciones básicas comerciales y agrícolas justas en todo el planeta. Desarrolla iniciativas en áreas como la publicidad, la educación, la realización de campañas y la incidencia política. El Forum Fairer Handel organiza una quincena anual de comercio justo en Alemania.
www.forum-fairer-handel.de

AUTORES Y AUTORAS: Nadine ARNOLD, Elizabeth BENNETT, Manuel BLENDIN, Mathilde BROCHARD, Aurélie CARIMENTRAND, Mantiaba COULIBALY, Florence DE FERRAN, Émilie DUROCHAT, Garance GAUTREY, Dana GEFFNER, Camille LEYSSENE, Kerstin LINDGREN, Jonas LORENZ, Julie MAISONHAUTE, Olaf PAULSEN, Justine RIPOLL, Ninon SIRDEY y Julie STOLL.

Con el apoyo de los miembros del comité científico

Sylvaine LEMEILLEUR,

Investigadora del Centro de cooperación internacional en investigación agronómica para el desarrollo en Francia (CIRAD, por sus siglas en francés)

Investigadora en economía del desarrollo agrícola en el CIRAD desde 2008 y miembro de la UMR Moisa, su trabajo se centra en los impactos económicos y sociales de los estándares en los grupos productores de los países en desarrollo. Aplica para ello métodos tanto cualitativos como cuantitativos (econométricos), para una mejor comprensión del impacto y de su medición.

Allison LOCONTO,

Investigadora del Instituto nacional de investigación agronómica de Francia (INRA, por sus siglas en francés)

Socióloga, investigadora y activista desde hace 15 años en cuestiones relacionadas con el desarrollo sostenible. Especializada en los sistemas de certificación, ha investigado el impacto de los estándares privados de sostenibilidad en la industria del té en Tanzania; el desarrollo de los estándares de los sistemas internacionales de certificación (Alianza ISEAL); sus impactos en el acceso de las pequeñas organizaciones productoras a los mercados; sistemas de garantía participativos y otras innovaciones institucionales (en Benín, Bolivia, Colombia, Namibia, Uganda, Tanzania y Trinidad y Tobago).

Prólogo

Esta guía es producto de un esfuerzo colaborativo internacional entre cuatro organizaciones asociadas: **Commerce Équitable France, Fair World Project, FairNESSFrance y Forum Fairer Handel.**

Este proyecto viene motivado por un contexto de cambios significativos en el sector del comercio justo.

El movimiento de comercio justo y los diversos sellos están experimentando cambios importantes:

- En relación con los principales sellos de comercio justo existentes: fusión entre Ecocert Equitable y Fair for Life, creciente equivalencia de reconocimiento entre varios sellos de comercio justo (WFTO y Fairtrade, etc.).
- Incremento en todo el mundo del número de iniciativas y de sellos emergentes de comercio justo local: Francia, Bélgica, El Líbano, etc.
- Rápido crecimiento de las ventas de comercio justo en Europa, así como la necesidad de comprender e identificar la credibilidad y peculiaridades de las garantías de comercio justo.

En septiembre de 2018 se publicó una nueva Carta Internacional de Comercio Justo, con una explicación general de la visión y los valores compartidos por este movimiento global. Las principales orientaciones de esta nueva carta son:

- Crear las mejores condiciones para el comercio justo.
- Lograr un crecimiento económico inclusivo.
- Proporcionar trabajo digno y ayudar a mejorar los salarios y los ingresos.
- Empoderar a las mujeres.
- Proteger los derechos de los niños y niñas e invertir en la próxima generación.
- Fomentar la biodiversidad y el medio ambiente
- Influenciar las políticas públicas.
- Involucrar a la ciudadanía en la construcción de un mundo más justo.

"La nueva Carta Internacional de Comercio Justo consagra la visión común y los valores fundamentales del movimiento de Comercio Justo para encaminarnos a la realización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible"

Las organizaciones de comercio justo nos comprometemos a respetar este documento común de referencia para todo el movimiento global de comercio justo.

En lo relativo a los aspectos legales, **las regulaciones han evolucionado y ya incorporan referencias a los sellos de desarrollo sostenible.** Esto es especialmente cierto en el caso de las nuevas directivas europeas sobre contratación pública (enero de 2014), que permiten a entidades contratistas solicitar sellos de desarrollo sostenible privados a modo de prueba de conformidad con los requisitos sociales y medioambientales. Desde 2014, en Francia el término "comercio justo" queda definido en la ley de economía social y solidaria. Según esta, el comercio justo abarca las relaciones con todas las entidades productoras, incluyendo a las que tienen su actividad en Francia (anteriormente, esta categoría se reservaba para las relaciones con los países en desarrollo). En términos del impacto del comercio justo, está creciendo la demanda, por parte del público consumidor y profesionales, de pruebas concretas de los efectos reales del mismo.

Y por último, la proliferación de sellos de desarrollo sostenible, iniciativas de empresas multinacionales, así como la escasa comprensión de los requisitos de dichos sellos, están creando una importante confusión entre quienes consumen y quienes compran.

Los principales objetivos de esta guía son:

- Ofrecer una panorámica general de las **cuestiones en juego en el desarrollo de los sellos.**
- **Analizar el contenido y las medidas de control de aquellos sellos** que se declaran explícitamente de comercio justo, permitiendo así a profesionales y público consumidor evaluar cada sello y compararlo con otros similares.
- **Subrayar las características específicas de los sellos y sistemas de garantía de comercio justo,** en comparación con otros sellos de desarrollo sostenible.
- Lograr una visión **panorámica del comercio justo y de las iniciativas a escala local.**

Esta guía ha sido principalmente diseñada para los y las **profesionales y entidades colaboradoras institucionales** (empresas, autoridades locales y regionales, organismos públicos) del sector del comercio justo. Su objetivo básico consiste en facilitar la compra de productos de comercio justo a aquellas personas encargadas de la contratación del abastecimiento en organizaciones tanto públicas como privadas.

Pero el público consumidor, las asociaciones, ONG y actores del ámbito del desarrollo, así como investigadores e investigadoras académicos, también pueden hallar en esta guía información detallada que aclare su comprensión de los estándares de comercio justo y que facilite su trabajo de fortalecimiento de las organizaciones productoras.

¿Son los sellos una herramienta con capacidad de cambiar el comercio global?

Cambiar los intercambios comerciales en pro de la justicia económica y de la protección del medio ambiente constituye el reto principal del movimiento ciudadano global del comercio justo. Los sellos de comercio justo desempeñan un papel importante en dicho cambio global, al reforzar la credibilidad y visibilidad de las iniciativas económicas del sector.

Prólogo

Una visión común del comercio justo en la que coexistan diversos requisitos

Estos sellos se distinguen de otros enfoques de sostenibilidad gracias a su visión común, que se refleja en los compromisos claves de comercio justo integrados en sus especificaciones. Pero más allá de lo que los une, también permiten una diversidad de enfoques, ya sea en cuanto a la implementación de sus compromisos, el alcance de sus requisitos o el control de sus métodos. Esta guía tiene como objetivo promover los requisitos comunes a todos los sellos de comercio justo, pero aportando a la vez una mirada precisa y experta sobre las diferencias entre unos y otros.

Esta quinta edición demuestra que existe una tendencia, entre la mayoría de los sellos, desde los más antiguos hasta los más novedosos, a reforzar sus compromisos. Existen no obstante excepciones, por lo que esta guía también pretende destacarlas con el fin de animar a dichos sellos a que mantengan unos compromisos exigentes.

Sellos e impactos del comercio justo... ¿es la misma cosa?

Si los sellos de comercio justo resultan ya esenciales para el sector, visibilizándolo al público consumidor y garantizando que sus actores están implementando efectivamente los requisitos de un comercio justo, ¿resultan realmente suficientes para generar los impactos esperados entre las organizaciones productoras y para cambiar los equilibrios de poder en las cadenas de suministro? Esta guía no aporta una respuesta exhaustiva a esta pregunta. Para lograrla, hay que acudir a los estudios de impacto del comercio justo realizados por numerosos equipos de investigación desde hace ya más de 20 años. Los sellos de comercio justo tan solo son uno de los factores que están contribuyendo a dichos impactos, entre muchos otros factores de éxito: crecientes volúmenes de ventas bajo condiciones de comercio justo, aprecio de la calidad agroecológica de sus productos, conductas colaborativas entre los actores económicos y las autoridades públicas en apoyo de las explotaciones agrícolas familiares y de las organizaciones agrarias profesionales, etc.

Sin embargo, los estudios de impacto también han influido en la elección de criterios y en la puntuación de los sellos en toda una serie de puntos cruciales, especialmente en:

- La prioridad concedida a las organizaciones productoras. Este punto está ya ampliamente documentado en las investigaciones, como condición necesaria para reequilibrar el mercado e impactar positivamente en las familias productoras.
- El medio ambiente se ha convertido en uno de los elementos principales de las estrategias de desarrollo.

Sellos externos frente a propuestas de control interno de las empresas: ¿qué diferencias hay?

La actuación básica del comercio justo se basa en el compromiso de los actores económicos. Y estamos asistiendo a un creciente desarrollo de planteamientos sostenibles por parte de las multinacionales con respecto a sus cadenas de suministros. Esto demuestra que muchos sectores empresariales están cobrando consciencia de la necesidad de reinvertir en la producción agrícola, a menudo con el fin de garantizar la seguridad de sus cadenas de distribución. No obstante, la mayoría de dichas multinacionales están creando sus propias especificaciones en vez de utilizar sellos externos. En tales casos, constatamos que el compromiso con precios más justos no suele ser una prioridad. Este punto constituye de hecho una gran diferencia entre muchas iniciativas de comercio justo y de desarrollo sostenible (véase el Capítulo 4 de esta Guía).

Sellos de comercio justo: una fuente de inspiración para nuevas regulaciones globales que fomenten la justicia económica y la protección medioambiental

Las iniciativas emergentes de deber de control adecuado, tanto a escala global como europea, deberían pues reforzar en un futuro los compromisos de las multinacionales con sus cadenas de suministro. Por ejemplo, en 2017 Francia promulgó una ley que obliga a las grandes empresas a publicar planes de control de los riesgos relacionados con el respeto de los derechos humanos y del medio ambiente, y con la corrupción. Pero los primeros de estos planes de control han sido no obstante muy decepcionantes. Las multinacionales están comenzando a asumir la idea de una regulación global obligatoria sobre cuestiones sociales y medioambientales pues se debaten entre seguir siendo competitivas en cuanto a precios y liderar también las prácticas de responsabilidad social corporativa. Pero si se pretende que el concepto de comercio justo tenga éxito en el desarrollo de prácticas virtuosas en sectores económicos donde los actores se comprometan voluntariamente, es necesaria una regulación global con el fin de estandarizar dichas prácticas. Los sellos de comercio justo constituyen una excelente fuente para inspirar y poner a prueba nuevas regulaciones globales económicas, sociales y medioambientales.

Las autoras quieren expresar un agradecimiento especial a los sellos que han aportado la información necesaria para la producción de esta guía.

También agradecen a las personas expertas e investigadoras del comité científico su implicación en la supervisión de su contenido.

Índice

ORGANIZACIONES AUTORAS DE LA GUÍA 4
PRÓLOGO 5
METODOLOGÍA 8

CAPÍTULO 1 | LA FUNCIÓN DE LOS SELLOS DE COMERCIO JUSTO 11

CAPÍTULO 2 | ANÁLISIS DE SELLOS DE COMERCIO JUSTO 17
Asociación por un Turismo Equitativo y Solidario (ATES). 18
Biopartenaire 24
Fair For Life 26
Fairtrade International 36
Fair Trade USA 50
Naturland Fair 62
Símbolo de Pequeños Productores (SPP) 72
Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) 84
Comparación de los estándares textiles:
Fairtrade International y Fair Trade Certification 94

CAPÍTULO 3 | UNA PANORÁMICA DE LAS INICIATIVAS DE COMERCIO JUSTO LOCAL 101
Sellos de comercio justo con alcance geográfico universal 104
Sellos de comercio justo con alcance geográfico nacional 105
Marcas de comercio justo sin sellos 110
Iniciativas que reclaman precios más justos para agricultores
y agricultoras o trabajadores y trabajadoras 110

CAPÍTULO 4 | ANÁLISIS DE SELLOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
Y DE LAS INICIATIVAS DE MULTINACIONALES 117
Programas de sostenibilidad voluntaria 119
Starbucks: C.A.F.E. Practices
Cocoa Life: Mondelēz
Cocoa Plan: Nestlé
Programa de calidad AAA de Nespresso: Nestlé
Sellos de desarrollo sostenible 120
Iniciativas Better Cotton
Bonsucro
Rainforest Alliance-certificación UTZ
Un sello centrado en la biodiversidad con un planteamiento de precios justos 127
Forest Garden Products
Una iniciativa de responsabilidad social corporativa 127
B Corp

GLOSARIO 128

Metodología

Definición de comercio justo

El comercio justo es un **planteamiento integral que combina compromisos con respecto al desarrollo económico, social y medioambiental, con el objetivo de mejorar las capacidades de los productores y productoras,** así como las dimensiones educativas y de defensa de derechos relacionadas, para la implementación de un desarrollo basado en el comercio. En 2001, los actores del movimiento global por un comercio justo alcanzaron un consenso pionero. Gracias a este consenso de FINE[1], se logró la primera definición internacional del comercio justo que sigue constituyendo una referencia hoy en día:

"El comercio justo es una colaboración comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que lo que pretende es lograr una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible al ofrecer mejores condiciones comerciales a organizaciones productoras y trabajadores y trabajadoras habitualmente en situación de marginación, a la vez que asegura sus derechos, especialmente en el Sur. Las organizaciones de comercio justo, respaldadas por los consumidores y consumidoras, actúan ofreciendo un apoyo activo a las organizaciones productoras, desarrollando iniciativas de sensibilización y campañas para fomentar cambios en las normas y prácticas del comercio internacional convencional". **[FINE]**

Esta visión fue ratificada en la Carta Internacional de Comercio Justo (2018).

¿Qué es un sello de comercio justo?

Un sello es una etiqueta especial que se pone en un producto o servicio a la venta y que certifica que se han cumplido ciertas normas concretas en su producción.

Los sellos pueden ser creados y gestionados por organismos profesionales privados o por autoridades públicas. En el sector del comercio justo, no existe un sello público, sino varios sellos privados; en esta guía analizamos los principales.

En esta guía, los sellos de comercio justo se definen como etiquetas con las siguientes características:

- Hacen referencia a estándares específicos (criterios sobre todos los principios del comercio justo).
- Llevan a cabo controles.
- Colocan en el producto un logotipo concreto que el público consumidor puede reconocer.
- Están abiertos a distintos actores económicos: ahí radica la principal diferencia con las marcas que las empresas desarrollan solo para sus productos.

Los sellos se pueden aplicar a productos o a organizaciones. Los sellos de comercio justo se aplican principalmente a cadenas de suministro de productos, pero algunos (especialmente, el sello de la WFTO) se pueden aplicar también a organizaciones que participan en la producción o venta de productos.

Contenidos de la guía

CAPÍTULO 1: LA FUNCIÓN DE LOS SELLOS DE COMERCIO JUSTO

Revisión académica de la importancia de los criterios claves del comercio justo (económicos, sociales, de gobernanza y medioambientales).

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE SELLOS DE COMERCIO JUSTO

Analizamos aquí ocho sellos o sistemas de garantía que se identifican como sellos de comercio justo.

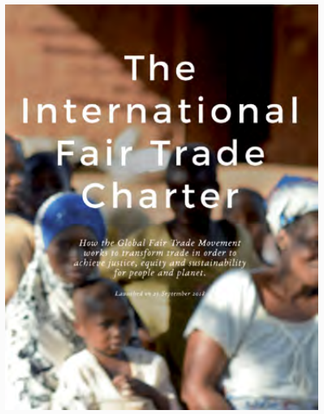
Los autores y autoras han elegido estos sellos porque poseen una credibilidad significativa dentro del movimiento de comercio justo, o porque están muy presentes en las estanterías de los supermercados.

CAPÍTULO 3: UNA PANORÁMICA DE LAS INICIATIVAS DE COMERCIO JUSTO LOCAL

Este capítulo presenta una panorámica y un análisis de las principales iniciativas que existen en el mundo de comercio justo local.

CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE LOS SELLOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y DE LAS INICIATIVAS DE MULTINACIONALES

Este capítulo compara los sellos de desarrollo sostenible y las iniciativas de multinacionales, que a veces son confundidas con los sellos de comercio justo, especialmente porque certifican el mismo tipo de productos (azúcar, cacao, té) y porque el *marketing* de marca a menudo los asocia intencionadamente con el comercio justo. Se ofrece pues aquí un análisis comparativo de sellos y de iniciativas de multinacionales.



1. La EFTA, la WFTO y Fairtrade International.

Indicaciones metodológicas para el análisis de sellos de comercio justo

A | ANÁLISIS DE LOS ESTÁNDARES

Los sellos de comercio justo son evaluados de acuerdo con un **marco analítico** basado en los criterios identificados por la **Carta Internacional de Comercio Justo[2]** como las dimensiones esenciales del comercio justo. Esta Carta fue creada y aprobada contando con la colaboración de cientos de actores de comercio justo.

Dicho marco analítico incorpora **cinco dimensiones del comercio justo** (económica, social, organizacional, medioambiental y de concienciación) e incluye los siguientes criterios:

- **Criterios económicos:** precio justo, primas para proyectos colectivos, prefinanciación, compromiso a largo plazo por parte de entidades compradoras y trazabilidad.
- **Criterios sociales:** respeto de los 11 convenios de la Organización Internacional del Trabajo, compensaciones justas para los trabajadores y trabajadoras, políticas de bajas por maternidad, enfermedad y jubilación, trato igualitario (mujeres, minorías religiosas, trabajadores y trabajadoras de temporada, etc.).
- **Criterios de gobernanza:** accesibilidad de productores/as y trabajadores/as marginados, desarrollo de sus capacidades, derechos de las poblaciones indígenas, transparencia informativa en la gestión de las organizaciones productoras, no discriminación dentro de las organizaciones productoras, control de la gestión democrática de las primas para proyectos colectivos, toma de decisiones democrática en las organizaciones colectivas y en los convenios colectivos con la clase trabajadora asalariada.
- **Criterios medioambientales:** reducción de los impactos medioambientales de las actividades, protección de la biodiversidad, prohibición de uso de sustancias peligrosas y de OGM.

Se analiza hasta qué punto cada uno de estos criterios forma parte de cada estándar. Es más, también se supervisan **las listas de control.** Estas constituyen un tipo de documento empleado y rellenado durante las auditorías sobre el terreno. Contienen indicadores cuyo propósito consiste en **medir el grado de cumplimiento** por parte de los operadores inspeccionados (organizaciones productoras, compradoras, etc.) de los criterios planteados en los estándares.

Se ha utilizado la siguiente escala de puntuación:

	CRITERIOS DE PUNTUACIÓN
0 1 2 3	El estándar no aborda, o solo muy superficialmente, el principio esencial del comercio justo o no contiene los puntos de control pertinentes para auditar adecuadamente su cumplimiento. El principio esencial está ausente.
0 **1** 2 3	El estándar aborda el principio esencial del comercio justo, pero carece de sus elementos cruciales y/o no contiene los puntos de control adecuados sobre su cumplimiento. El principio esencial queda insuficientemente abordado.
0 1 **2** 3	El estándar aborda el principio esencial del comercio justo, pero carece de algunos de sus elementos cruciales y/o no alcanza un grado de cumplimiento adecuado de los mismos. El principio esencial es efectivamente abordado, pero no en toda su extensión.
0 1 2 **3**	El estándar aborda plenamente al principio esencial del comercio justo y alcanza un grado de cumplimiento integral.

Estas puntuaciones se basan en la experiencia y conocimiento de los autores y autoras y del comité científico, habiéndose decidido por consenso.

B | ANÁLISIS DE LAS MEDIDAS DE CONTROL

La parte final de cada evaluación se dedica a la revisión de las **medidas de control** y de los procedimientos implementados por los sellos:

- ¿Quiénes son los inspectores o inspectoras contratados para llevar a cabo las auditorías sobre el terreno?
- ¿Cómo son llevadas a cabo dichas auditorías?
- ¿En qué momentos se audita a los operadores? ¿Cuál es la frecuencia de visita de los inspectores e inspectoras? ¿Son transparentes los costes de certificación?

2. https://www.fair-trade.website/

© Fairtrade International

1 LA FUNCIÓN DE LOS SELLOS DE COMERCIO JUSTO

La función de los sellos de comercio justo

El comercio justo es un movimiento social global cuyos objetivos consisten en abordar los desequilibrios de poder que están marginando a los productores y productoras y en llevar la justicia al corazón mismo de las relaciones económicas para transformar el sistema de comercio. Desde los años noventa, las iniciativas voluntarias de sostenibilidad se han multiplicado debido a la creciente preocupación de la sociedad civil por las condiciones que muchas personas tienen que afrontar para producir nuestra comida, y por su deseo de contar con orientaciones de consumo gracias a sellos que respondan a sus sistemas de creencias.

La intención de esta guía consiste en examinar estos sistemas de certificación desde la perspectiva de los principios y visión originales del movimiento de comercio justo. El análisis resultante puede utilizarse para conformar decisiones de compra.

LOS SISTEMAS DE CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO INCLUYEN PLANTEAMIENTOS BASADOS EN CUATRO CARACTERÍSTICAS:

- **Estándares requeridos** que traducen a principios, criterios e indicadores el significado de "sostenibilidad" y de "calidad" del producto.
- **Modalidades de control de la implementación de dichos estándares.**
- **Logotipos** que permiten a quienes compran distinguir entre productos.
- **Posibilidad de uso por parte de una amplia gama de organizaciones.**

Esta guía ofrece un análisis pormenorizado de los principales modelos de certificación de comercio justo presentes en el mercado internacional, detallando en cada caso su historia, enfoque, requisitos, métodos de control y normas de comunicación con el público consumidor.

Estos modelos de certificación desempeñan un papel importante en el actual desarrollo del mercado de comercio justo. A escala global, en 2017 solo las ventas realizadas bajo el sello Fairtrade (Max Havelaar) alcanzaron los 8.490 millones de euros. Este capítulo introductorio describe la historia del desarrollo de los modelos de certificación y su diversidad. También plantea los retos inherentes a la definición de los estándares requeridos y al control de su implementación.

1 | Un poco de historia

En el contexto internacional poscolonial de los años cincuenta, el comercio justo surgió como una iniciativa de la sociedad civil para contrarrestar el bloqueo de las negociaciones en aras de regular el comercio mundial y de reducir las desigualdades generadas por la globalización (Gendron, 2004). Como movimiento social, el comercio justo se caracteriza por su diversidad de actores, visiones y prácticas. No existen muchas disposiciones legales con respecto al comercio justo, lo que explica que siga siendo un modelo abierto a muy diversas interpretaciones y métodos de implementación. Francia es uno de los pocos países en los que se ha dotado al comercio justo de una definición legal[1]. Pero incluso ahí donde existen regulaciones legales al respecto, los actores y modelos de certificación del comercio justo suelen ir más allá definiendo las especificaciones de cada requisito, así como las herramientas de control.

Las primeras iniciativas de comercio justo se basaban en establecer relaciones directas entre organizaciones del Norte global —cuya misión principal era el desarrollo de este nuevo modelo comercial— y organizaciones productoras del sur global. Hoy en día, estas iniciativas siguen siendo promovidas por la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO, por sus siglas en inglés), que está compuesta por las organizaciones pioneras en este movimiento, también conocidas como Organizaciones de Comercio Alternativo (OCA). Este modelo suele denominarse comercio justo "integral" o "especializado". Los productos procedentes de estos sectores son mayoritariamente vendidos a puntos de venta minorista exclusivamente dedicados al comercio justo, como las tiendas francesas Artisans du Monde o Ten Thousand Villages en Estados Unidos y Canadá. Los miembros de la WFTO son pues organizaciones especializadas en comercio justo. La pertenencia a esta red constituye ya de por sí una prueba de la legitimidad de las credenciales de comercio justo.

Pero desde finales de los años ochenta, muchos actores del comercio justo han comenzado a recurrir a un nuevo recurso: los sellos, lo que ha facilitado una mayor distribución de sus productos, especialmente en tiendas no especializadas en este modelo de comercio. Gracias al uso de un logotipo específico y fácilmente reconocible, este tipo de productos puede ser vendido en todo tipo de comercios, especialmente en los supermercados medianos y grandes, donde actualmente se realizan la gran mayoría de las compras alimentarias. Max Havelaar, el primer sello de este tipo, apareció en 1988 en los Países Bajos, uniéndose a él otras iniciativas nacionales de certificación de comercio justo de otros países. En 1997, todas se consolidaron en una entidad única: Fairtrade International[2].

Todas las marcas que usan algún sello de comercio justo no se dedican forzosamente solo a esta actividad, muchas no cuentan de hecho más que con unos pocos productos de este tipo y con un compromiso limitado con esta iniciativa. Se trata, en muchos casos de empresas convencionales, a menudo con un pasado y un presente de numerosos abusos laborales y medioambientales. Muchas empresas implicadas en el sector social y en la economía solidaria, sólidamente comprometidas con el comercio justo, también han optado por recurrir a los sellos para reforzar la credibilidad de sus planteamientos. Pretenden así que cada vez haya más organizaciones productoras colaboradoras que se beneficien del impacto del comercio justo.

Durante la primera década del siglo XXI, se han desarrollado nuevos sellos con planteamientos alternativos sobre la implementación del comercio justo. En respuesta a ello, las organizaciones especializadas en comercio justo crearon en 2013 el sello y sistema de garantía WFTO.

2 | Un tronco común con diferentes enfoques

Los actores del comercio justo, reunidos en amplias coaliciones, han sido capaces de juntarse para establecer definiciones comunes sobre su actividad, como la definición FINE, publicada en 2001, o la más reciente Carta Internacional de Comercio Justo (2018), que profundiza en la visión de este movimiento.

> ***Los sellos de comercio justo son las únicas iniciativas de sostenibilidad que implementan compromisos económicos concretos con respecto a las relaciones comerciales entre quienes compran y quienes producen.***

Estos sellos comparten una base de compromisos económicos, sociales, medioambientales y de gobernanza que forman el hilo conductor común de esta guía.

Desde la iniciativa pionera de las OCA y de la creación de Fairtrade International, han surgido varios sellos nuevos. Difieren entre ellos en sus enfoques, sus métodos de gobernanza, los modelos agrícolas que apoyan o incluso en los sistemas de certificación que reconocen (Balineau & Dufeu, 2012). Uno de los nuevos sellos más recientes, el Símbolo de Pequeños Productores (SPP), creado en 2006, es actualmente uno de los pocos sellos con sede central en un país productor (México).

Toda esta variedad de sellos tiene que ver con la diversidad de historias y de visiones. **El desarrollo del comercio justo ha conducido progresivamente a la aparición de posiciones diferentes.** Por ejemplo, la entrada entre los productores y productoras de grandes plantaciones con mucho personal contratado ha puesto en evidencia el conflicto entre el objetivo, por un lado, de ampliar el abanico y volumen de productos de comercio justo y de extender su beneficio a más personas y, por otro lado, el objetivo de proteger a las pequeñas organizaciones agrícolas y a las explotaciones familiares. Numerosos actores del sector consideran que esto está obligando a los pequeños grupos agricultores a competir en condiciones desiguales con las grandes plantaciones que ya se aprovechan de todas las ventajas de las economías de escala y de su acceso a mayores mercados y recursos de financiación. Es más, también existen fricciones en torno al nivel de compromiso requerido a las empresas del sector convencional: mientras que algunos consideran que todos los actores tienen que estar plenamente comprometidos con el comercio justo, otros piensan que incluso un bajo nivel de compromiso constituye una oportunidad de incrementar de forma importante las ventas y, por lo tanto, los beneficios para los productores y productoras. Los diversos sellos han respondido de formas diferentes a estos dilemas. Así, toda empresa que desee diferenciarse uniéndose a una red de comercio justo puede elegir aquella que más se aproxime a su visión.

También existen debates abiertos en torno a los compromisos medioambientales. Por ejemplo, hay actores en el sector ecológico que han creado sellos de comercio justo restringidos a organizaciones productoras comprometidas con la agricultura ecológica (Naturland Fair, BioPartenaire).

Y en los últimos años también ha surgido el debate en torno a las zonas geográficas implicadas. Algunos sellos de comercio justo son globales, no distinguen zonas de producción. De esta manera, no solo certifican los clásicos intercambios Norte-Sur, sino también intercambios "locales" (Norte-Norte y Sur-Sur). La inclusión en el movimiento del comercio justo "local" ha sido controvertida, pero está ganando aceptación en numerosos sellos del sector, pues existen comunidades marginadas en todas partes, especialmente desde que la brecha de la desigualdad se está ampliando a escala global.

© Archivo CECJ

1. Ley 2005-882 de 2 August 2005 de apoyo a las medianas y pequeñas empresas, modificada por Ley 2014-856 de 31 julio 2014. Art. 94
2. Anteriormente Fairtrade Labelling Organization (FLO)

La variedad de sellos se corresponde con la diversidad del propio movimiento de comercio justo.

Sin embargo, toda esta diversidad no tiene por qué realzar forzosamente la presencia de los productos de comercio justo o el impacto sobre los productores y productoras. Sin unas sólidas políticas de gobernanza, existe el peligro de que estos modelos de certificación vayan debilitando sus estándares en la medida en que intenten atraer a las grandes corporaciones comerciales y entrar en los canales de venta masiva.

Además de esta diversidad de sellos de comercio justo, el creciente número de estándares de sostenibilidad puede fomentar la confusión entre consumidores/as sobre los objetivos del comercio justo, así como cierta "fatiga de sellos". Para incrementar aún más el embrollo, numerosas grandes empresas están desarrollando códigos de buenas prácticas al respecto como parte de sus políticas de responsabilidad social corporativa, proponiendo estándares que identifican erróneamente como de "comercio justo", cuando muchos carecen de certificación y de un compromiso claro con los principios de este movimiento.

3 | ¿Cómo garantizan los sellos el comercio justo?

La certificación del comercio justo se basa en el desarrollo de un conjunto de estándares, en la implementación de sistemas de control y en el uso de logotipos que permiten a consumidores y consumidoras reconocer sus productos.

ESTÁNDARES DE COMERCIO JUSTO

La certificación se basa en unos estándares específicos vinculados con unas relaciones de intercambio y colaboración más justas entre quienes producen y quienes compran. Esto suscita varias cuestiones que vamos a pasar a abordar a continuación.

¿Quién define los estándares y pasa a ostentar la propiedad de los mismos?

Los estándares del comercio justo son determinados y gestionados por actores privados de la sociedad civil o del ámbito empresarial. Esto los diferencia de los estándares de agricultura ecológica (que son a menudo asociados al comercio justo). En Europa, los estándares de agricultura ecológica son definidos y gestionados por las autoridades públicas, en consultas con los actores implicados. Si bien también siguen existiendo estándares ecológicos privados, con mayor o menor peso según cada país. La implicación del mayor número posible de actores —especialmente de productores y productoras, que son quienes principalmente se benefician— en la definición de las regulaciones y de los protocolos de control constituye un poderoso factor de credibilidad y de legitimidad para los sellos de comercio justo (Bennett, 2017).

¿Qué modelos de organización de la producción habría que priorizar?

El comercio justo se inició partiendo de organizaciones productoras a pequeña escala, que se organizaron en cooperativas para poder competir en un mercado global ante las bien dotadas plantaciones a gran escala. Pero en la actualidad, algunos estándares también admiten a plantaciones con personal asalariado, así como a agricultores/as autoempleados con contratos con grandes empresas de comercialización. En el caso de las cooperativas, los estándares exigen que todos sus miembros puedan participar en las tomas de decisiones. En el caso de las grandes plantaciones, se suele prestar especial atención al respeto de los derechos de los trabajadores y trabajadoras y a que garanticen sus cotizaciones sociales.

¿Cómo definir la justa remuneración de productores y productoras?

La mayoría de los estándares exigen que se fije un precio mínimo o precio base. Este precio mínimo puede ser fijado para cada producto y adaptado a cada región geográfica, o bien fijarse un precio base ad hoc para cada organización productora. Pero, ¿cómo fijar dicho precio mínimo, teniendo en cuenta los contextos locales y regionales, así como otras consideraciones especiales para cada producto concreto? ¿Y en qué tipos de productos debe centrarse el comercio justo: materias primas o productos acabados? Los estándares se han centrado tradicionalmente en materias primas, pero el reto actual consiste en promover que las propias organizaciones productoras incluyan también los procesos de transformación con el fin de lograr un mayor valor añadido local. Algunos estándares ya están reorientando sus criterios hacia requisitos de este tipo: priorizar a organizaciones productoras que entreguen productos lo más acabados posibles.

¿Qué hay de los requisitos medioambientales? ¿Deben los productos ser ecológicos?

En los últimos años, los requisitos medioambientales han incrementado su presencia en los estándares de comercio justo, convergiendo a menudo con los certificados ecológicos. Esto suscita la cuestión de la capacidad de las pequeñas organizaciones productoras más desfavorecidas para cumplir con este tipo de requisitos, y por lo tanto el riesgo de acabar excluyéndolos. Algunos sellos han optado por resolver este dilema planteando periodos de transición en el cumplimiento de ciertos requisitos de los estándares, o bien ofreciendo programas de apoyo para facilitar que las organizaciones productoras puedan cumplirlos. Otra cuestión que surge: ¿solo deben ser las organizaciones productoras quienes respeten estos estándares medioambientales? ¿No deberían también el resto de actores implicados, como las importadoras y las marcas comercializadoras, respetar dichos criterios? Algunos estándares de comercio justo también abordan estas cuestiones.

¿Cómo se implementa la trazabilidad de los productos?

La trazabilidad significa la capacidad de hacer un seguimiento del producto final vendido al consumidor/a hasta remontarse al grupo productor de origen, para garantizar que sea realmente de comercio justo. En términos prácticos, este compromiso puede cumplirse de varias maneras. Se puede, por un lado, asegurar la trazabilidad física, identificando físicamente cada producto, como se hace en el caso de las certificaciones ecológicas. También se puede llevar a cabo una trazabilidad documental, controlando simplemente los libros contables (lo que se denomina "balance de masas"). Esta segunda opción resulta más sencilla en términos de logística y de proceso de fabricación.

SISTEMAS DE CONTROL

Los sistemas de control garantizan el cumplimiento de los estándares.

La gran mayoría de los sellos de comercio justo recurren a auditorías externas para garantizar la imparcialidad. En tales casos, cada sello suele utilizar organismos de certificación o auditorías independientes para comprobar que se estén cumpliendo sus estándares. Estas auditorías evalúan hasta qué punto se han seguido correctamente los criterios, en base a una detallada matriz aportada por el sello.

El histórico sello Fairtrade International ha creado incluso su propio organismo de certificación llamado FLO-Cert (Balineau & Dufeu, 2012). Dicho organismo se hizo independiente en 2008, aunque se sigue dedicando principalmente al sello Fairtrade International. Otros sellos de comercio justo suelen recurrir a organismos acreditados de certificación ecológica. La marca WFTO es la única que acude tanto a auditorías como a evaluaciones entre pares para verificar el correcto cumplimiento.

Una de las dudas que suscita la certificación externa es precisamente la reticencia a conceder tanto poder al juicio de entidades auditoras. También existe la preocupación de que los costes de este tipo de inspecciones resulten desproporcionados, especialmente para organizaciones productoras que solo puedan vender una pequeña parte de su producción bajo las condiciones del comercio justo. Aún con todo, este sistema de auditorías externas es actualmente el más eficaz para ofrecer una garantía de que las obligaciones se están efectivamente cumpliendo.

Referencias

Balineau G. & Dufeu I. (2010). Are Fair Trade Goods Credence Goods? A New Proposal, with French Illustrations, *Journal of Business Ethics,* 92(2), pp. 331-345.

Balineau G. & Dufeu I. (2012). Le système Fairtrade: une garantie pour les consommateurs ? *Mondes en développement,* 4, pp. 11-26.

Bennett E. A. (2017). Who Governs Socially-Oriented Voluntary Sustainability Standards? Not the Producers of Certified Products. *World Development,* 91, pp. 53-69.

Gendron (2004). Un nouveau mouvement social économique au cœur d'une autre mondialisation. *Cahiers de la Chaire de recherche du Canada en développement des collectivités,* 2.

Pernin, J.-L., A. Eriksson, & L. Georges (2018). Commerce équitable et espaces naturels protégés: évaluation comparée de deux propositions, *Mondes en développement,* 183(3), pp. 49-70.

© Archivo CECJ

2 ANÁLISIS DE LOS SELLOS DE COMERCIO JUSTO

ATES Asociación por un Turismo Equitativo y Solidario

Información básica sobre ATES

HISTORIA

ATES es una asociación sin ánimo de lucro de turismo justo y solidario creada en 2006. Entre los miembros de ATES se incluyen:

- Miembros activos como turoperadores que solo ofrecen viajes, alojamientos o experiencias de turismo justo y solidario;
- Miembros asociativos como asociaciones u organizaciones que no están especializadas en actividades turísticas.

En 2007, ATES desarrolló una serie de estándares y una lista de control para evaluar a sus miembros, sobre la base de su carta de turismo justo y solidario.

En 2008, tras reelaborar sus estándares, llevó a cabo la primera evaluación entre pares.

Desde 2014, ATES posee su propio sello para garantizar a quienes viajan visitas turísticas justas que respeten a las personas y a las culturas.

En 2019, ATES renovó sus estándares introduciendo cambios significativos:

›› Sus estándares están ahora adaptados a todos los destinos. La evaluación del sello es llevada a cabo mediante organismos externos de certificación, en vez de recurrir a la evaluación entre pares.

ORGANISMO DE CERTIFICACIÓN

ATES ha concedido acreditación a TERO (http://www.tero.coop/fr/) para que implemente los controles del cumplimiento de sus estándares.

CONTACTO

Association pour le Tourisme Équitable et Solidaire (ATES)
8 rue César Franck, 75015 - Paris (France).
Correo electrónico: equipe@tourismesolidaire.org
Web: www.tourismesolidaire.org
Tel: +33 (0)1 47 83 48 27
Fax: + 33 (0)1 45 66 69 90

PROPIEDAD DE LOS ESTÁNDARES

Los estándares son propiedad de la asociación Association pour le Tourisme Équitable et Solidaire.

ORGANISMOS DE GOBERNANZA Y DE PARTICIPACIÓN

Existen tres comisiones que son convocadas por el consejo de administración:

- La comisión de garantía, a cargo de cuestiones relacionadas con el sello y su desarrollo.
- La comisión de promoción, a cargo de cuestiones de comunicación.
- La comisión de certificación, a cargo de conceder los certificados en base al informe de auditoría.

El consejo de administración solo interviene en el caso de cambios en los estándares, pero no en las decisiones de las estructuras de certificación. Puede ser convocado en caso de desacuerdo entre la evaluación externa y la comisión de certificación.

La asamblea general de la ATES es el órgano que adopta las decisiones definitivas en el caso de cambios importantes en los estándares.

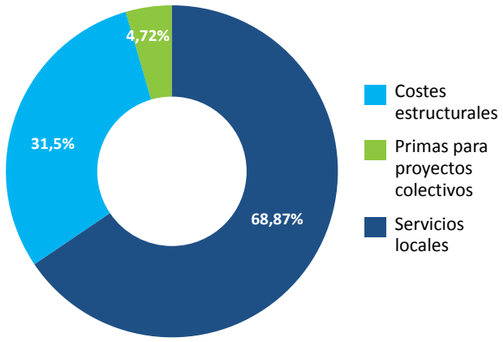
PROMOCIÓN / CONCIENCIACIÓN / INCIDENCIA POLÍTICA

Los turoperadores deben desarrollar planes educativos y de concienciación en torno a temas relacionados con el turismo justo.

ATES también realiza y difunde directamente actividades y herramientas de concienciación en su página web, como vídeos, fichas temáticas y artículos.

ATES es miembro de ISTO (International Social Tourism Organization) y actúa dentro de UNAT (federación francesa de organizaciones de turismo no lucrativo) con el fin de promover la inclusión en la agenda política de cuestiones relacionadas con el turismo justo y con la solidaridad.

DISTRIBUCIÓN DE LOS COSTES DE VIAJE



Condiciones de elegibilidad

ALCANCE GEOGRÁFICO		
Países en desarrollo	✔	Organizaciones de Francia y de otros países europeos pueden solicitar el certificado ATES. Los criterios para los países desarrollados son más estrictos que para los países del Sur.
Países de la OCDE	✔	
REQUISITOS ESPECÍFICOS		
Requisitos sociales	✔	Toda organización que actúe en el ámbito de la Economía Social y Solidaria (ESS) puede solicitar este sello. Los requisitos de elegibilidad son los mismos para todas las organizaciones europeas, sean o no francesas.
TIPO DE ORGANIZACIÓN		
Turoperadores	✔	Todos los turoperadores europeos pueden solicitar el certificado ATES. Pero en países no europeos, solo se certifican circuitos turísticos.
INSPECCIÓN DE LOS TUROPERADORES		
Turoperadores franceses	✔	Para que un turoperador francés reciba el certificado, debe someterse a una inspección. Los estándares de evaluación incluyen tres áreas: · Criterios de gestión de la organización en Francia. · Criterios de gestión de las actividades turísticas en los lugares de destino. · Criterios de gestión de la colaboración entre los diversos actores implicados en el circuito turístico. Para aquellas organizaciones con dos acuerdos de colaboración o menos, se inspeccionará cada acuerdo. Para turoperadores con cincuenta colaboradores/as o más, se inspeccionará a una muestra de cinco.
Turoperadores en los lugares de destino	✔	
Viajeros y viajeras	✔	

ATES | Análisis del sello

CRITERIOS ECONÓMICOS

PRECIOS JUSTOS / COMPENSACIONES JUSTAS PARA LOS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS

0 1 2 **3**

Los salarios son fijados colectivamente en base a las medias observadas en el país, ateniéndose al coste de la vida local y permitiendo que todo el mundo obtenga un margen. El coste del viaje se negocia cada año con los turoperadores y sus colaboradores/as.

PRIMAS PARA PROYECTOS COLECTIVOS

0 1 2 **3**

La prima mínima queda claramente explicada en el estándar. Para un viaje en un país desarrollado, la prima debe ser como mínimo del 3% del precio del viaje.

ACCESO A LA FINANCIACIÓN O PREFINANCIACIÓN

0 1 2 **3**

Los colaboradores/as pueden solicitar prefinanciación.

COMPROMISO DE COMPRA A LARGO PLAZO

0 1 **2** 3

Los turoperadores deben desarrollar una colaboración a largo plazo con las poblaciones locales, pero no se aporta ningún dato sobre su duración mínima.

TRANSPARENCIA

0 1 2 **3**

Los turoperadores y sus colaboradores/as deben definir conjuntamente las modalidades de intercambio de información (intercambio de informes contables, selección de datos financieros, transparencia en los márgenes, etc.).

TRAZABILIDAD

0 1 2 **3**

Todos los miembros de los turoperadores son mencionados en la página web.

CRITERIOS SOCIALES

CONVENIOS DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO

0 1 2 **3**

Los turoperadores deben incluir los Convenios de la Organización Internacional del Trabajo en cada uno de los acuerdos de colaboración, así como concienciar al respecto a sus colaboradores/as.

POLÍTICAS DE BAJAS POR MATERNIDAD, ENFERMEDAD Y JUBILACIÓN

0 1 2 3

Ninguno de sus estándares aborda este criterio.

TRATO IGUALITARIO A TODOS LOS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS

0 1 2 **3**

Los turoperadores deben aplicar principios estrictos de igualdad, también en el ámbito salarial, entre mujeres y hombres.

Criterios de puntuación: 0 *El principio esencial está ausente;* 1 *El principio esencial queda insuficientemente abordado;* 2 *El principio esencial es efectivamente abordado, pero no en toda su extensión;* 3 *El estándar aborda plenamente al principio esencial del comercio justo y alcanza un grado de cumplimiento integral.*

CRITERIOS DE GOBERNANZA

ACCESIBILIDAD PARA TRABAJADORES/AS MARGINADOS Y/O PARA LA POBLACIÓN LOCAL

0 1 2 **3**

Los turoperadores intentan promover áreas que no suelen tener un turismo masivo. La población local debe implicarse en los viajes e intercambios con los viajeros y viajeras. Por lo tanto, los viajes son principalmente organizados por guías locales.

DESARROLLO DE LAS CAPACIDADES

0 1 2 **3**

Los turoperadores deben ofrecer formación sobre:
- El respeto de principios básicos de la legislación laboral.
- La gestión de la actividad turística y la recepción de viajeros y viajeras.
- Los riesgos de la monoactividad turística. Por lo tanto, los turoperadores deben promover que sus colaboradores diversifiquen sus actividades.

Los colaboradores y colaboradoras locales pueden recibir directamente sesiones formativas centradas en sus necesidades, o bien los turoperadores pueden ofrecer apoyo financiero para que lleven a cabo una mejora continua de capacidades relacionadas con la gestión de actividades turísticas.

TOMA DE DECISIONES DEMOCRÁTICA PARA ORGANIZACIONES COLECTIVAS DERECHOS DE NEGOCIACIÓN COLECTIVA DEL PERSONAL ASALARIADO

0 1 2 **3**

La gobernanza de la organización debe ser democrática y su objetivo no debe ser el de obtener beneficios. Se debe celebrar una asamblea general por lo menos una vez al año.

Los colaboradores/as locales deben implicarse en las decisiones relacionadas con la organización, la gestión y el desarrollo de la actividad turística.

Los turoperadores no pueden imponer ninguna cláusula de exclusividad territorial a sus colaboradores/as locales.

TRANSPARENCIA DE LA INFORMACIÓN

0 1 2 **3**

Todos los colaboradores/as deben estar claramente identificados y debe existir un contrato que vincule a ambas partes.

Las decisiones sobre la planificación, gestión y desarrollo del negocio turístico deben ser adoptadas conjuntamente entre el turoperador y sus colaboradores locales.

NO DISCRIMINACIÓN

0 1 2 **3**

En los países desarrollados, no se tolera ninguna discriminación en cuanto a contrataciones y salarios. Se presta además especial atención a la implicación de las mujeres en las actividades turísticas.

El preámbulo de todo acuerdo de colaboración firmado por el turoperador debe recoger las normas laborales internacionales establecidas por la OIT y tanto este como sus colaboradores/as locales deben comprometerse a luchar contra todas las formas de discriminación en las contrataciones y salarios.

SEGUIMIENTO DE LA GESTIÓN DEMOCRÁTICA DE LAS PRIMAS PARA PROYECTOS COLECTIVOS

0 1 **2** 3

Los proyectos de desarrollo deben ser identificados por la población local y planificados por organizaciones locales.

ATES

Criterios de puntuación: 0 *El principio esencial está ausente;* 1 *El principio esencial queda insuficientemente abordado;* 2 *El principio esencial es efectivamente abordado, pero no en toda su extensión;* 3 *El estándar aborda plenamente al principio esencial del comercio justo y alcanza un grado de cumplimiento integral.*

CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES

REDUCCIÓN DE LOS IMPACTOS MEDIOAMBIENTALES DE LAS ACTIVIDADES

	0 1 2 **3**	Los turoperadores deben ofrecer estancias prolongadas, con el fin de lograr efectos positivos y minimizar los impactos medioambientales. Los turoperadores deben comprometerse a reducir las emisiones de gas con efecto invernadero durante los viajes y promover prácticas respetuosas del medio ambiente. Las emisiones de carbono de los vuelos internos deben ser compensadas.

PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

	0 1 2 **3**	Quienes viajan deben adaptar sus comportamientos al contexto local y respetar la biodiversidad.

Medidas de control

AUDITORÍA

Equipo auditor	0 1 2 **3**	Las auditoras principales son responsables de las auditorías documentales. En cuanto a las auditorías sobre el terreno, estas deben realizarse gracias a auditoras locales que hayan recibido formación al respecto, así como mediante autoevaluaciones siguiendo listas de control.
Reuniones	**No aplicable**	Aún no se dispone de información al respecto.
Control documental	0 1 2 **3**	Las auditorías documentales son realizadas por profesionales en la materia y deben incluir todos los documentos reseñados.
Auditorías sobre el terreno	0 1 2 **3**	Las auditorías sobre el terreno deben aplicarse al 50% de los acuerdos de colaboración evaluados, mientras que el otro 50% deben controlarse mediante autoevaluaciones realizadas por los propios colaboradores/as locales. Del conjunto de 57 criterios a evaluar, 19 deben comprobarse sobre el terreno.
Entrevistas	0 1 2 **3**	Los auditores/as pueden entrevistar a coordinadores/as de las organizaciones, al personal trabajador del circuito turístico o a quienes alojan a los turistas.
Frecuencia	0 1 **2** 3	Las auditorías sobre el terreno y las auditorías documentales son llevadas a cabo una vez cada tres años.
Auditoría sorpresa	**No aplicable**	No hay auditorías sorpresa

REQUISITOS PARA LA CERTIFICACIÓN

Puntuación y acciones correctivas	0 1 2 **3**	Todo turoperador debe cumplir los 7 criterios obligatorios y el 80% de los criterios de cada eje. El mínimo para cada destino consiste en cumplir con por lo menos el 50% de los criterios prioritarios, pero con una media general de cumplimiento del 80% en todas las ofertas. En caso de no alcanzar la puntuación mínima, las entidades auditoras redactarán un contrato por objetivos que conduzca a los turoperadores a la obtención del certificado.
Suspensión / Retirada del certificado	0 1 2 **3**	La certificación será suspendida si: • Durante la auditoría se identifique el incumplimiento de uno de los criterios obligatorios. • No haya cumplido el contrato por objetivos.

COSTES Y TARIFAS ANUALES

Transparencia	0 1 **2** 3	Se pone en común información financiera con los colaboradores y colaboradoras. Los costes de la certificación van a depender de la cantidad de acuerdos de colaboración y del país.

PROCEDIMIENTOS

Procedimientos de reclamaciones, apelaciones y alegaciones	**0** 1 2 3	No existe un sistema de apelaciones, pero en caso de no alcanzar la puntuación mínima, las entidades auditoras redactarán un contrato por objetivos con el fin de promover que los turoperadores logren la certificación.

Resumen

El sello **ATES** es de reciente creación en el sector del turismo justo, como alternativa al turismo de masas, una actividad que tiene numerosos impactos sociales y medioambientales negativos.

Este sello se centra principalmente en generar impactos económicos positivos a escala local, así como en promover un intercambio más humano entre quienes viajan y las comunidades locales.

Para ello, ATES ha desarrollado unos estándares minuciosos y exigentes basados en los principales compromisos del comercio justo. Durante los primeros años, los controles se han realizado a través de auditorías documentales y de evaluaciones entre pares. En 2019, ATES ha estado implementando cambios importantes, introduciendo las auditorías sobre el terreno y controles externos, así como abriendo sus estándares a destinos turísticos también en países del Norte.

Biopartenaire

Información básica sobre Biopartenaire

ORGANISMO DE CERTIFICACIÓN

Desde 2018, el sello Biopartenaire se fundamenta en dos series de estándares diferentes:

- En los estándares de Fair for Life, que son gestionados y controlados por Ecocert y están especialmente adaptados a los partenariados y colaboraciones internacionales. Pero lo que en Fair for Life son criterios extras, en Biopartenaire son obligatorios: certificación ecológica y contratación a largo plazo de todos los colaboradores de la cadena de distribución.
- En los estándares FiABLE, presentados en 2018, y que están especialmente a adaptados a partenariados en Francia (véase un breve análisis al respecto en el Capítulo 3). Bajo los estándares de FiABLE, se llevan a cabo tanto controles por parte de organismos de certificación (auditorías externas) como por parte de Biopartenaire (auditorías internas).

Los productos de Biopartenaire solo se pueden vender en tiendas ecológicas.

CONTACTO

Biopartenaire
BP 11 114
26958 Valence cedex 9 FRANCE
Página web: www.biopartenaire.com

HISTORIA

Biopartenaire es una asociación francesa creada en 2002 por pequeñas y medianas empresas y organizaciones agrícolas comprometidas con la producción ecológica y el comercio justo. Reúne a 30 miembros e incluye a unas 65 organizaciones productoras (que suman un total de 20.300 personas).

Ha desarrollado dos sellos:

- En 2002, un primer sello dirigido a empresas que trabajen en colaboración con organizaciones productoras en países en desarrollo.
- En 2006, un segundo sello dirigido a partenariados locales en Francia.

Ambos sellos se fusionaron en 2015 en un único sello: Biopartenaire ('colaborador ecológico').

Este sello hace referencia a unos estatutos con 7 compromisos: productos con certificado ecológico, compromiso a largo plazo en toda la cadena de distribución, precios justos para productores y productoras, programas de desarrollo local, diálogo continuo y solidaridad entre colaboradores, avances en cuanto a responsabilidad social y medioambiental en toda la cadena de distribución.

La Association Biopartenaire federa y apoya a pequeñas y medianas empresas certificadas como Biopartenaires, vincula entre sí a todos los operadores de la cadena productiva, conecta a las empresas con redes profesionales de producción ecológica o de comercio justo y participa en iniciativas de concienciación sobre cuestiones ecológicas y de comercio justo.

ORGANISMOS DE GOBERNANZA Y DE PARTICIPACIÓN

Todas las empresas certificadas como Biopartenaire y las organizaciones agrícolas francesas (opcional para las organizaciones agrícolas del Sur) son miembros del sello y están incluidas en la toma de decisiones sobre el mismo. Ambos estándares (Fair for Life y FiABLE) han establecido una comisión para debatir sobre la evolución de los sellos.

PROPIEDAD DE LOS ESTÁNDARES

Biopartenaire, una asociación francesa sin ánimo de lucro.

Resumen

Biopartenaire es un sello de comercio justo principalmente implantado en el mercado francés, con un ámbito de actuación tanto internacional como nacional. Biopartenaire se basa en:

- Los estándares Fair for Life en lo que respecta a las cadenas de valor (analizadas en profundidad en el Capítulo 2), con criterios obligatorios adicionales (certificación ecológica y contrataciones a largo plazo en toda la cadena de suministro);
- Los estándares FiABLE para partenariados franceses y para compradores secundarios de las cadenas de valor internacionales con el sello Fair for Life (analizado en el Capítulo 3).

©Biopartenaire

Fair for Life

Información básica sobre Fair for Life

ORGANISMO DE CERTIFICACIÓN

Ecocert SA

CONTACTO

Ecocert S.A.
Lieu dit Lamothe Ouest - BP47 32600 L'ISLE JOURDAIN (France). Tel: +33 (0)5 62 07 34 24

PROPIEDAD DE LOS ESTÁNDARES

Ecocert SA

EQUIVALENCIAS / RECONOCIMIENTO

El estándar ha adoptado un planteamiento de reconocimiento de otros modelos existentes de certificación de comercio justo, siempre que sus principios generales y medidas de control sean similares y comparables.

Posibilita así el reconocimiento de ingredientes certificados por: Fairtrade International, FairWild Foundation, SPP, Fair Trade Certified (FTUSA) y Naturland Fair. Es más, este estándar acepta también otros estándares como pruebas de buenas prácticas sociales y medioambientales.

HISTORIA

El programa Fair for Life, creado en 2006, es el resultado de un partenariado entre el organismo de certificación IMO (Institute for Marketecology) y Bio-Foundation. Entre 2013 y 2014, IMO Swiss AG, junto con otras empresas de IMO en Alemania, Turquía, Chile y Uganda, pasaron a formar parte del Ecocert Group, y la propiedad de Fair for Life fue transferida de Bio-Foundation a IMOgroup AG. Entre 2016 y 2017, los estándares IMO Fair for Life y Ecocert Fair Trade Standard llevaron a cabo una revisión común y se fusionaron en el nuevo Fair for Life Certification Standard de comercio justo y cadenas de suministro responsables, gestionadas por Ecocert SA.

Ecocert SA es un organismo de inspección y certificación establecido en Francia en 1991 y que forma parte del Ecocert Group. Desde su creación, se ha especializado en la certificación de productos de agricultura ecológica. Ecocert promueve un enfoque basado en el medio ambiente, promoviendo la agroecología en todo el mundo y estableciendo sistemas de control y certificación. Con 26 oficinas y delegaciones, ofrece sus servicios en más de 130 países.

La certificación Fair for Life está disponible para las operaciones de muy diversos sectores en todo el mundo, combinando tres tipos de requisitos a lo largo de toda la cadena de suministro: la responsabilidad medioambiental, la responsabilidad social y el comercio justo.

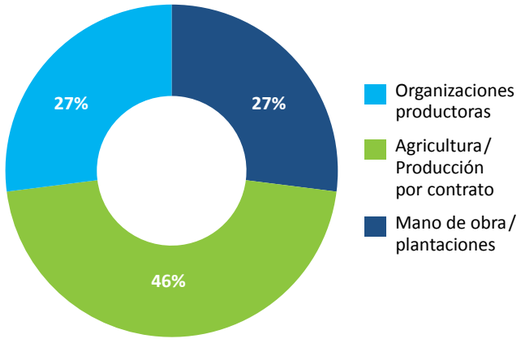
PROMOCIÓN / CONCIENCIACIÓN / INCIDENCIA POLÍTICA

Fair for Life publica información sobre las actividades certificadas. No cobra derechos por el uso de su logotipo, en vez de ello pide a las marcas que se impliquen en actividades de concienciación y que compartan informaciones valiosas sobre los impactos del comercio justo y sobre las actividades de los productores y productoras incluidos en sus cadenas de suministro.

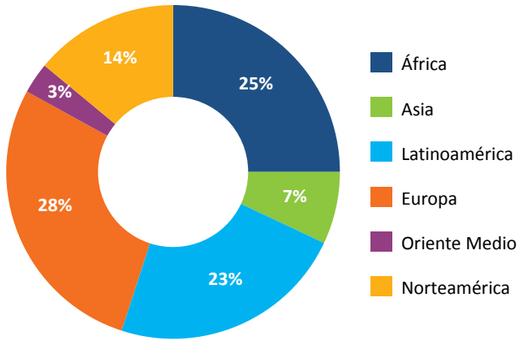
ORGANISMOS DE GOBERNANZA Y DE PARTICIPACIÓN

- El control de los estándares es llevado a cabo por Ecocert SA y por el comité directivo de revisión (Revision Steering Committee) de Fair for Life, compuesto por personas relevantes de Ecocert. Se implica a los actores interesados (organizaciones productoras, comerciantes, empresas, consumidores/as, ONG) en el establecimiento de los estándares y en los procesos de control gracias a dos ciclos de consultas internacionales públicas, conforme a los requisitos del código ISEAL.
- Además, se solicita personalmente por correo electrónico al comité de programa de Fair for Life (Fair for Life Scheme Committee) que ofrezca asesoría sobre temas específicos, así como comentarios sobre los borradores de revisión de los estándares. Este comité está compuesto por un grupo de personas expertas y profesionales representantes de los diversos grupos de actores interesados, incluyendo de forma equilibradas a organizaciones productoras, intermediarios comerciales, público consumidor y organizaciones de apoyo al comercio justo.
- Son las personas encargadas de adoptar las decisiones finales sobre el contenido de los estándares.
- Fair for Life se remite al código de establecimiento de estándares ISEAL (ISEAL Code for Standard Setting) como guía orientativa para la revisión de los estándares.

TIPOLOGÍA DE LAS ORGANIZACIONES CERTIFICADAS



DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA



Normas sobre el uso del sello

Productos certificados por Fair For Life - Productos compuestos	Por lo menos el 80% de los ingredientes agrícolas de los productos alimenticios deben estar certificados. Para otras categorías de productos (textiles, artesanales y cosméticos), el mínimo establecido es del 70%. En los cosméticos, no se tiene en cuenta el volumen de agua, sal ni minerales, si bien estos deben estar certificados por lo menos en un 10%. Se han establecido algunos ingredientes que obligatoriamente deben ser de comercio justo, de acuerdo con una lista que publica Fair for Life.
Productos de un solo ingrediente	El 100% del ingrediente (peso en seco) debe tener el certificado Fair for Life. No se permite su mezcla con productos no certificados (con unas pocas excepciones: el ingrediente no certificado mezclado debería presentar unas características físicas, organolépticas o químicas particulares y suponer una propiedad necesaria, y tan solo tras petición por escrito).
Productos hechos con ingredientes de comercio justo especificados	Por lo menos el 20% de los ingredientes agrícolas deben estar certificados. Para otros ingredientes (textiles y artesanales), el mínimo establecido también es del 20%. En los cosméticos, el mínimo establecido es del 10% (no se tiene en cuenta el volumen de agua, sal ni minerales, si bien estos deben estar certificados por lo menos en un 5%). Se han establecido algunos ingredientes que obligatoriamente deben ser de comercio justo, de acuerdo con una lista que publica Fair for Life. Los productos hechos con ingredientes de comercio justo no pueden mostrar el logotipo en la parte principal de la etiqueta, solo pueden mostrarlo cerca de la lista de ingredientes, con la mención "hecho con ingredientes de comercio justo".

Fair for Life | Condiciones de elegibilidad

ALCANCE GEOGRÁFICO		
Países en desarrollo	✔	Fair for Life se orienta hacia benificiarios/as que se hallan en situaciones socioeconómicas desfavorecidas y que necesitan apoyos para poder acceder o permanecer en el mercado, independientemente de su país.
Países de la OCDE	✔	
REQUISITOS ESPECÍFICOS		
Certificado ecológico	Ø	El planteamiento de Fair for Life pretende sobre todo fomentar la transición de las organizaciones agrícolas a la agricultura ecológica. Por eso, los grupos de producción que no poseen el certificado ecológico deben no obstante presentar claros objetivos ecológicos con el fin de ir reduciendo su impacto en el medio ambiente y en la salud.
Responsabilidad social	✔	Todos los lugares bajo la responsabilidad de una entidad determinada (ya sea persona física o jurídica) deben estar incluidos en el ámbito de actuación de la certificación, de manera que se pueda controlar la gestión de los aspectos sociales y medioambientales en todos los lugares y con respecto a todos los trabajadores y trabajadoras.
TIPO DE ORGANIZACIÓN		
Organizaciones productoras	✔	Enfoque de "las pequeñas organizaciones productoras primero": aquellos proyectos en los que la mayoría de grupos productores no puedan ser considerados pequeños, o que incluyan explotaciones agrícolas de grandes dimensiones, son estudiados con especial cuidado, en la medida en que podrían competir en el mismo mercado frente a productos de pequeñas organizaciones agrícolas.
Agricultura/ Producción por contrato	✔	La agricultura por contrato también puede optar a la certificación, si bien con algunos requisitos adicionales específicos para reflejar sus realidades.
Plantaciones	✔	Las grandes plantaciones también pueden optar a la certificación, si bien existen algunos requisitos adicionales específicos para explotaciones agrícolas de muy grandes dimensiones (que empleen a un total de más de 100 trabajadores y trabajadoras).
Mano de obra asalariada	✔	Se suele aplicar el segundo capítulo de los estándares (responsabilidad social) a todas las actividades certificadas. Se pueden hacer excepciones en caso de aportar otra certificación social aceptable (p. ej., SA8000, GOTS), o a pequeños intermediarios comerciales sin actividades de producción ni de procesamiento, o bien si tienen una plantilla inferior a un equivalente a 5 empleados a tiempo completo. Las categorías con respecto al número de trabajadores/as son las siguientes: explotaciones pequeñas = < 5 trabajadores/as permanentes y <25 trabajadores/as en total; explotaciones medianas = < 25 permanentes y <80 en total; explotaciones grandes = por encima de estas cifras; explotaciones muy grandes = > 100 en total.
INSPECCIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO		
Grupos productores	✔	Los grupos productores (de pequeña propiedad, plantaciones y/o grupos de agricultura por contrato) deben identificar y definir a los pretendidos beneficiarios del proyecto de comercio justo, sus necesidades en términos de desarrollo de capacidades, empoderamiento y proyectos de desarrollo, así como el proceso de toma de decisiones de los proyectos financiados. Deben ir avanzando en sus principales objetivos de comercio justo mediante reajustes regulares y un enfoque de continua mejora. Los grupos productores siempre deben estar certificados.

Criterios de puntuación: 0 *El principio esencial está ausente;* 1 *El principio esencial queda insuficientemente abordado;* 2 *El principio esencial es efectivamente abordado, pero no en toda su extensión;* 3 *El estándar aborda plenamente al principio esencial del comercio justo y alcanza un grado de cumplimiento integral.*

Primeras entidades compradoras	✔	Los colaboradores de comercio justo (primeras entidades compradoras, intermediarios comerciales) y quienes poseen las marcas deben definir una política de comercio justo describiendo su estrategia y compromisos a largo plazo, así como sus objetivos de comercio justo. Estas entidades colaboradoras y propietarias de marcas deben estar certificadas (los intermediarios comerciales también, si su facturación en concepto de productos Fair for Life supera el 30% de su volumen, en caso contrario deben registrarse).
Intermediarios comerciales	✔	
Propiedad de marca	✔	
Minoristas	Ø	Quedan exentos de todo control (siempre que no posean una marca).
REQUISITOS DE TRAZABILIDAD		
Trazabilidad física	✔	La trazabilidad física es requerida en todas las fases de la cadena de suministro.
Trazabilidad documental	✔	La trazabilidad documental es requerida en todos los elementos de la cadena de valor.

Análisis del sello

CRITERIOS ECONÓMICOS

PRECIO JUSTO	
0 1 **2** 3	Fair for Life exige que los grupos de producción y entidades colaboradoras de comercio justo (compradoras) negocien los precios conjuntamente y cara a cara, basándose en unos cálculos de costes transparentes (costes de una producción sostenible). Los precios deben situarse por lo menos entre el 5% y el 10% por encima de los precios convencionales, y siempre por encima del precio base acordado. No obstante, las orientaciones e instrumentos para lograrlo aún están en fase de elaboración.
PRIMAS PARA PROYECTOS COLECTIVOS	
0 1 2 **3**	Además del precio de venta, debe pagarse también una prima en unos fondos independientes para proyectos comunitarios en el entorno de las organizaciones productoras. Dicha prima debe alcanzar por lo menos el 5% del precio de venta y debe ser acordada por un periodo mínimo de tres años, o bien hasta que sea revisada y renegociada.
ACCESO A LA FINANCIACIÓN O PREFINANCIACIÓN	
0 1 2 **3**	Las organizaciones productoras pueden solicitar una prefinanciación de hasta un 50% del valor del contrato, en términos claramente especificados (y mediante acuerdo por escrito), con unos intereses razonables o incluso sin intereses (recomendado). Si se producen otros tipos de acuerdos de financiación dentro de la cadena de suministro, estos deben ser realizados de manera justa y transparente.

Criterios de puntuación: 0 *El principio esencial está ausente;* 1 *El principio esencial queda insuficientemente abordado;* 2 *El principio esencial es efectivamente abordado, pero no en toda su extensión;* 3 *El estándar aborda plenamente al principio esencial del comercio justo y alcanza un grado de cumplimiento integral.*

COMPROMISO DE COMPRA A LARGO PLAZO

0 1 2 **3**

Fair for Life determina que un "compromiso a largo plazo" debe suponer un mínimo de tres años. Cuando una relación comercial termine antes de este plazo, será necesario justificarlo.

TRAZABILIDAD

0 1 2 **3**

Se requieren una trazabilidad documental y física a lo largo de toda la cadena de valor.

CRITERIOS SOCIALES

CONVENIOS DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO

0 1 2 **3**

Este estándar se basa en los ocho convenios básicos de la OIT e incluso va más allá en determinadas áreas, con requisitos adicionales. El convenio 169 de la OIT sobre los derechos de las poblaciones indígenas no está en cambio formalmente recogido, pero Fair for Life los incluye en muchos otros criterios (sobre discriminación, uso de la tierra, biodiversidad, uso de conocimientos tradicionales, zonas con poblaciones marginadas, prácticas sostenibles).

PRECIOS JUSTOS / COMPENSACIONES JUSTAS PARA TRABAJADORES Y TRABAJADORAS

0 1 2 **3**

Fair for Life exige que se pague a los trabajadores y trabajadoras por lo menos el salario mínimo nacional o el determinado por el convenio colectivo del sector, desde el primer año de certificación. En el tercer año, los empleadores/as deben demostrar que los salarios pagados a todos los trabajadores y trabajadoras igualan o superan a un salario digno.

POLÍTICAS DE BAJAS POR MATERNIDAD, ENFERMEDAD Y JUBILACIÓN

0 1 2 **3**

La entidad empleadora debe fomentar sistemas adecuados de cobertura social y de bienestar para sus trabajadores y trabajadoras. Los requisitos legales constituyen la base mínima de cumplimiento. Los seguros sanitarios, planes de pensiones y cobertura por desempleo no son obligatorios para las organizaciones pequeñas pero sí para las medianas y grandes.

TRATO IGUALITARIO A TODOS LOS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS

0 1 2 **3**

Todos los trabajadores y trabajadoras deben ser tratados de forma igualitaria y sin discriminación de ningún tipo. Se debe asegurar, en la medida de lo posible, la contratación permanente y hay que minimizar las diferencias entre trabajadores/as fijos y temporales.

CRITERIOS DE GOBERNANZA

ACCESIBILIDAD PARA ORGANIZACIONES PRODUCTORAS Y TRABAJADORES/AS MARGINADOS

0 1 2 **3**

El programa Fair for Life se centra en identificar a actores interesados que puedan considerarse "desfavorecidos" y que necesiten apoyos adicionales para reforzar sus capacidades. También establece requisitos adicionales más estrictos para grandes plantaciones, con el fin de beneficiar a los pequeños grupos productores y a otros grupos desfavorecidos.

DESARROLLO DE CAPACIDADES

0 1 **2** 3

Organizaciones productoras
Mano de obra asalariada Plantaciones
Agricultura / Producción por contrato

Los intereses de los productores y productoras deben estar efectivamente representados mediante reuniones regulares, interacciones y propuestas de participación. Si esto no es posible, se debe elaborar un plan de desarrollo que incluya, si es necesario, a expertos/as externos para que apoyen a estos grupos con métodos participativos.

LOS DERECHOS DE LAS POBLACIONES INDÍGENAS

0 1 2 **3**

Los grupos productores certificados deben tener un derecho legítimo al uso de las tierras y de los recursos, así como un título legal de las mismas. El grupo productor debe desempeñar un papel positivo en el desarrollo sostenible de la región en la que actúa, y debe ofrecer contribuciones sociales y culturales positivas en el ámbito local, incluyendo la transparencia en sus negociaciones con las poblaciones locales, así como mecanismos adecuados de compensación.

TRANSPARENCIA INFORMATIVA EN LA GESTIÓN DE LA ORGANIZACIÓN/EMPRESA PRODUCTORA

0 1 2 **3**

Organizaciones productoras
Mano de obra asalariada Plantaciones
Agricultura / Producción por contrato

La dirección (de una plantación, empresa contratante o cooperativa) debe ofrecer a los productores/as y/o trabajadores/as una información adecuada sobre las auditorías y sus resultados; quienes realizan las auditorías van a comprobar esta cuestión en sus entrevistas. La dirección también es responsable de informar a productores/as y/o trabajadores/as sobre las condiciones del comercio justo y todas las cuestiones relacionadas, así como de ofrecerles vías para que puedan hacer llegar sus comentarios al respecto.

NO DISCRIMINACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES PRODUCTORAS

0 1 2 **3**

Queda prohibida toda discriminación (de acuerdo con los convenios de la OIT) también dentro de las organizaciones productoras. Los estatutos y normas de afiliación de las cooperativas no deben ser discriminatorios.

CONTROL DE LA GESTIÓN DEMOCRÁTICA DE LAS PRIMAS DE DESARROLLO

0 1 2 **3**

Organizaciones productoras

Existe un organismo encargado de las decisiones sobre financiación (Fund Decision Body) que presenta procedimientos claros y en el que participan las personas beneficiarias identificadas. Se debe emitir un informe financiero anual con todos los detalles al respecto.

Agricultura/ Producción por contrato

El fondo de desarrollo de Fair for Life debe administrarse en una cuenta bancaria independiente. Existe un organismo encargado de las decisiones sobre financiación (Fund Decision Body) que presenta procedimientos claros y en el que participan las personas beneficiarias identificadas. Se debe emitir un informe financiero anual con todos los detalles al respecto.

Mano de obra asalariada / Plantaciones

El fondo de desarrollo de Fair for Life debe administrarse en una cuenta bancaria independiente. Existe un organismo encargado de las decisiones sobre financiación (Fund Decision Body) que presenta procedimientos claros y en el que participan las personas beneficiarias identificadas. Se debe emitir un informe financiero anual con todos los detalles al respecto.

TOMA DE DECISIONES DEMOCRÁTICA PARA ORGANIZACIONES COLECTIVAS DERECHOS DE NEGOCIACIÓN COLECTIVA DEL PERSONAL ASALARIADO

0 1 2 **3**

Organizaciones productoras	La Asamblea General constituye la instancia superior de toma de decisiones y es elegida por todos los miembros de la cooperativa u organización. Otros organismos (como el encargado de las decisiones sobre financiación) también deben ser representativos.
Agricultura / Producción por contrato	Los representantes de los productores y productoras y de la empresa contratante deben reunirse de forma regular (como mínimo, dos veces al año) para debatir abiertamente en torno a cuestiones relacionadas con el comercio justo y para adoptar decisiones de forma democrática.
Mano de obra asalariada / Plantaciones	El derecho a la organización de los trabajadores y trabajadoras y a la negociación colectiva se hallan profundamente arraigados en los estándares de Fair for Life.

CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES

REDUCCIÓN DE LOS IMPACTOS MEDIOAMBIENTALES DE LAS ACTIVIDADES (GESTIÓN DE LA ENERGÍA, DEL AGUA Y DE LOS RESIDUOS)

0 1 2 **3**

La certificación ecológica no es obligatoria, pero sí altamente recomendable.
Fair for Life plantea varios requisitos sobre la gestión del agua, de la energía y de los residuos.

PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

0 1 2 **3**

Hay que proteger a las especies y hábitats amenazados y hay que evitar toda destrucción de ecosistemas naturales. Se promueve la conservación de la biodiversidad y de la vida silvestre.

PROHIBICIÓN DE SUSTANCIAS PELIGROSAS

0 1 2 **3**

Hay varias listas de sustancias prohibidas; categoría 1: sustancias totalmente prohibidas; categoría 2: sustancias también prohibidas pero con algunas excepciones posibles (por un tiempo máximo de tres años). Existen también requisitos adicionales en lo que respecta a la manipulación y almacenamiento de residuos peligrosos.

PROHIBICIÓN DE LOS OGM

0 1 2 **3**

Se prohíbe que las semillas y los plantones usados en las explotaciones agrícolas estén genéticamente modificados, incluyendo aquellos utilizados para producir forraje.

Medidas de control

AUDITORÍA

Equipo auditor	0 1 2 **3**	Las auditorías solo pueden ser llevadas a cabo por auditores/as autorizados por Fair for Life. Una misma entidad auditora no puede ejercer sus labores de control al mismo operador por más de cuatro años seguidos.
Reuniones	0 1 2 **3**	Las reuniones de inicio y cierre deben celebrarse con todos los actores claves (a partir del segundo año, es obligatoria la participación de los trabajadores/as o de los productores/as en el proceso de auditoría).
Control documental	0 1 2 **3**	Durante la auditoría se comprobarán todos los documentos relacionados con los requisitos de los estándares.
Auditoría sobre el terreno	0 1 2 **3**	Se realizarán inspecciones anuales.
Entrevistas a personas trabajadoras y productoras	0 1 2 **3**	Las entrevistas con trabajadores y trabajadoras o miembros de las organizaciones forman parte del proceso de inspección, tanto individuales como grupales.
Frecuencia	0 1 2 **3**	Se plantea un ciclo de tres años, con una auditoría completa en el primer año, un seguimiento anual durante los dos siguientes años, seguido de un nuevo ciclo iniciado con una nueva auditoría completa, seguida de dos revisiones de seguimiento, etc. El seguimiento anual, además de verificar el respeto de los requisitos claves, se centra sobre todo en un seguimiento de los incumplimientos o planes de mejora identificados en la última auditoría.
Auditoría sorpresa	0 1 **2** 3	Pueden producirse auditorías por sorpresa cuando Fair for Life lo estime oportuno (en base a directrices internas que consideran las circunstancias que las recomiendan).

PUNTUACIÓN Y NORMAS

Puntuación y acciones correctivas	0 1 2 **3**	Existen tres niveles de criterios: KO, MUST y Bonus. Los criterios KO siempre deben cumplirse, pues son claves; los criterios MUST reflejan el nivel de cumplimiento de las normas de los estándares (con el 2 que indica su cumplimiento en una escala del 0 al 4), así como el plazo de tiempo concedido para cumplirlas; los criterios Bonus son opcionales, pero pueden ayudar a mejorar la puntuación general obtenida. El número de puntos obtenidos con respecto al total expresa el nivel de cumplimiento general. Puntuaciones muy elevadas (es decir, el 90% durante tres años seguidos) pueden conducir a suavizar el control, limitándolo a auditorías documentales, en contextos que no sean de alto riesgo.
Suspensión / Retirada del certificado	0 1 2 **3**	El incumplimiento de los criterios KO y MUST conduce a la suspensión del certificado, pero va acompañada de acciones correctivas inmediatas para recuperarlo. Incumplimientos menores pueden conducir a suspensiones temporales pero sin efectos negativos en las actividades de *marketing.*

COSTES Y TARIFAS ANUALES DE LA CERTIFICACIÓN		
Transparencia	0 1 **2** 3	Los costes de auditoría se calculan en función de la ubicación (región) y del tipo, envergadura y complejidad de la actuación; se aportará una factura al comienzo del proceso. Actualmente se está desarrollando una lista de tarifas (costes diarios por regiones) que será publicada en la página web de Fair for Life.
PROCEDIMIENTOS		
Reclamaciones, apelaciones y alegaciones Procedimientos	0 1 2 **3**	Los operadores pueden apelar las decisiones del organismo de certificación, así como interponer reclamaciones y alegaciones que serán tramitadas de forma adecuada (como se indica en los requisitos de la norma ISO 17065 y/o en los códigos de buenas prácticas de ISEAL).

Resumen

El sello Fair for Life tiene su origen en la agroecología. Recientemente se fusionó con el sistema Ecocert Fair Trade, después de que este adquiriera a IMO.

En la actualidad, Fair for Life se ha convertido en un sello de comercio justo muy completo y profesional.

Puesto que hace poco que acaba de revisar sus estándares, algunos documentos de apoyo como ciertas directrices y herramientas (p. ej., para el cálculo y acuerdo sobre precios) se hallan aún en proceso de reformulación en el momento de publicación de esta guía. El nuevo sistema de Fair for Life ha añadido requisitos y aclaraciones sobre las "relaciones a largo plazo" (de un plazo mínimo de 3 años) y sobre cómo gestionar las situaciones en caso de que finalicen las relaciones comerciales. También incluye requisitos relativos a la obtención de materias primas, así como a las relaciones comunitarias.

Sin embargo, a día de hoy las organizaciones productoras solo representan un 27% de las entidades certificadas por Fair for Life, mientras que las plantaciones representan otro 27% y la agricultura por contrato un 46%. Estas cifras demuestran que este sello aún no prioriza suficientemente a los pequeños grupos productores.

Es más, no se invita a los productores o productoras a implicarse en la propiedad de los estándares, aunque participen en las decisiones de los procesos de revisión de los mismos. Fair for Life debería plantearse hacer más accesible la propiedad y la gobernanza general del sello a los diversos actores implicados.

© Archivo CECI

Fairtrade International

Información básica sobre Fairtrade International

CONTACTO

Fairtrade International (FLO)
Bonner Talweg 177- 53129 Bonn, Deutschland.
Correo electrónico: info@fairtrade.net
Tel: +49 228 949230

PROPIEDAD DE LOS ESTÁNDARES

Los estándares y el sello son propiedad de la asociación sin ánimo de lucro Fairtrade International.

ORGANISMO DE CERTIFICACIÓN

FLO-Cert fue creado en 2004 y autorizado por Fairtrade International para implementar la certificación de los estándares Fairtrade.

Acreditado ISO 17065

EQUIVALENCIAS / RECONOCIMIENTO

Fairtrade International no reconoce a ningún otro sello como equivalente.

HISTORIA

- En 1988 aparece el primer sello de comercio justo, Maz Havelaar, iniciativa de la agencia de desarrollo neerlandesa Solidaridad.
- A finales de los ochenta y comienzos de los noventa, esta iniciativa es replicada en diversos mercados europeos y norteamericanos.
- Dichas iniciativas, autodenominadas Max Havelaar, Fairtrade o Transfair, se acaban juntando para crear la Fairtrade Labelling Organisation (FLO).
- En 2001, la Fairtrade Labelling Organization introduce sus estándares de "trabajo asalariado" para determinados cultivos: plátanos, flores, té, fruta y verdura.
- En 2002, todas las iniciativas nacionales de FLO adoptan el mismo logotipo.
- En 2004, la Fairtrade Labelling Organization se divide en dos organizaciones diferentes: Fairtrade International, dedicada a establecer los estándares Fairtrade y a ofrecer apoyos a las organizaciones productoras, y FLO-Cert, una filial pero independiente que se encarga de implementar las auditorías y de certificar a las organizaciones productoras y a los intermediarios comerciales.
- Desde 2005, unos estándares específicos para "producción por contrato" permite a pequeños grupos no organizados acceder a la certificación Fairtrade en cuanto se vinculan a alguna organización intermediaria (de exportadores, procesadores, ONG) para comercializar sus productos. Estos estándares están restringidos a los siguientes productos y regiones: al cacao en la región del Pacífico; al arroz y el algodón en India; al algodón, frutos secos, almendras, nueces de albaricoque y cacahuetes en Pakistán.
- En 2014, Fairtrade International lanza los Fairtrade Sourcing Programs (FSP) para el algodón, el cacao y el azúcar. Estos programas permiten a las empresas comprar algodón, cacao y azúcar solo de comercio justo sin la obligación de cumplir con la política de all that can be ("todo lo que pueda ser de comercio justo debe serlo") para el resto de ingredientes de sus productos compuestos que también podrían obtenerse por vía del comercio justo. En 2018, estos Fairtrade Sourcing Programs se convierten en Fairtrade Sourcing Ingredients. Ahora ya es aplicable a todos los productos, excepto al café y a los plátanos.
- En abril de 2019, Fairtrade International publica su estándar revisado para organizaciones productoras a pequeña escala. La definición del término "productores a pequeña escala" incluye restricciones sobre las dimensiones del terreno cultivado y se orienta sobre todo a labores agrícolas principalmente realizadas por grupos productores familiares.

ORGANISMOS DE GOBERNANZA Y DE PARTICIPACIÓN

Fairtrade International es una organización sin ánimo de lucro que incluye en su actividad:

- Llevar a cabo una gestión global de operaciones como el desarrollo de estándares internacionales, la gestión global de productos, sesiones de mesas redondas consultivas (reuniendo a organizaciones productoras y compradoras), comunicaciones corporativas, labores de incidencia política, seguimiento y evaluación, así como la elaboración de normas globales para el uso de los sellos.

  Sus redes de grupos productores representan a productores a pequeña escala, a clase trabajadora asalariada y a otros actores implicados en la producción: CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños/as Productores/as y Trabajadores/as de Comercio Justo), FTA (Fairtrade Africa) y NAP (siglas en inglés de Red de Productores Asiáticos). Apoyan así a las organizaciones productoras del Sur. Estas redes continentales permiten la representación de pequeños grupos productores y trabajadores y trabajadoras en los órganos de toma de decisiones de Fairtrade International.
- Las 20 organizaciones nacionales de Fairtrade, como Max Havelaar Francia, cuyas principales funciones consisten en desarrollar los mercados y promover el comercio justo.
- Establecimiento de estándares: Los estándares Fairtrade son establecidos ateniéndose al código de buenas prácticas ISEAL sobre la elaboración de estándares. Este proceso supone amplias consultas con los actores implicados. Las decisiones sobre estos estándares son adoptadas por el comité internacional de estándares de Fairtrade.
- Las normas de gobernanza incluyen la participación de todos los actores implicados. Las organizaciones productoras poseen el 50% de los votos en la asamblea general de Fairtrade International, y están directamente representados en todos los comités relevantes (en las direcciones de los órganos de Fairtrade International, en FLO-Cert y en el comité de estándares).
- Fairtrade International cumple con las normas de elaboración de estándares de ISEAL, con su control de calidad, con su código de evaluación del impacto y con su hoja de ruta de cumplimiento del control de calidad ISEAL.

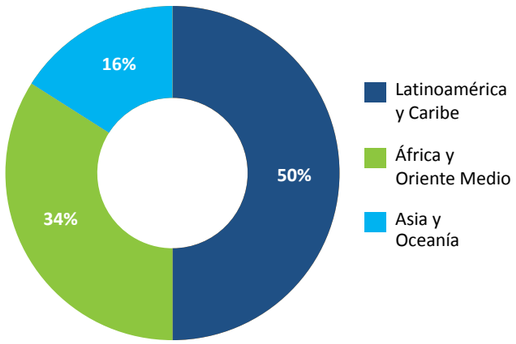
PROMOCIÓN / CONCIENCIACIÓN / INCIDENCIA POLÍTICA

Fairtrade International lleva a cabo labores de incidencia política para mejorar las condiciones de vida de los productores y productoras del Sur y para cambiar las reglas del comercio internacional. Asiste a las grandes conferencias internacionales sobre cuestiones de desarrollo, protección de la biodiversidad y calentamiento global.

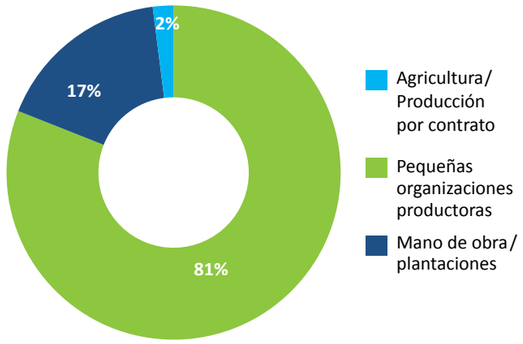
Fairtrade International también realiza actividades de concienciación para la ciudadanía sobre modelos de consumo y producción responsables y justos.

Sus diversos organismos realizan numerosas investigaciones e informes al respecto.

ORIGEN DE LOS PRODUCTOS (2017)



TIPOLOGÍA DE LAS ORGANIZACIONES CERTIFICADAS %



Fairtrade International | Condiciones de elegibilidad

ALCANCE GEOGRÁFICO		
Países en desarrollo	✔	Fairtrade International define aquellos países donde FLO-Cert está certificando a organizaciones productoras como países con unas condiciones de desarrollo bajas o medianas. A la hora de revisar si un país puede añadirse o retirarse de su alcance geográfico, Fairtrade International tiene en cuenta la combinación de tres factores: los indicadores sociales y económicos, los impactos a largo plazo para los grupos productores y el apoyo a organizaciones productoras. Es su página web se puede consultar una lista pormenorizada de los países elegibles. China recibe un tratamiento especial, pues las empresas de producción por contrato y con mano de obra asalariada de este país están expresamente excluidas del certificado Fairtrade.
Países de la OCDE	Ø	
REQUISITOS ESPECÍFICOS		
Certificado ecológico	Ø	Para lograr la certificación de Fairtrade no es imprescindible poseer un certificado ecológico. No obstante, en el caso de algunos productos sus estándares prevén una prima adicional específica para aquellos grupos productores agroecológicos. Algunos requisitos, p. ej., los referidos a los plaguicidas, no son aplicables para aquellas organizaciones con certificado ecológico.
TIPO DE ORGANIZACIÓN		
Organizaciones de pequeños grupos productores	✔	Fairtrade International ha desarrollado diferentes estándares para cubrir cada situación: · Agricultura por contrato: este estándar se aplica solo a la promoción de organizaciones y de productores y productoras registrados de cacao en la región del Pacífico, de arroz y algodón en India y de algodón, frutos secos, almendras, nueces de albaricoque y cacahuetes en Pakistán. · Mano de obra asalariada. · Organizaciones productoras a pequeña escala. · Estándares de intermediación comercial para todos los operadores que comercien con productos de Fairtrade (p. ej., exportadores, importadores y procesadores, pero también organizaciones productoras que realicen exportación directa). · Estándares textiles para fabricantes de ropa. · Estándar climático: Fairtrade International ha desarrollado un estándar climático Fairtrade para fomentar que pequeños propietarios/as y comunidades rurales produzcan créditos de carbono Fairtrade, logrando así acceder al mercado de carbono. Los proyectos de créditos de carbono Fairtrade permite a los productores y productoras aportar su propia contribución a la mitigación del cambio climático, mientras se van adaptando al mismo. El estándar climático Fairtrade ha sido desarrollado en colaboración con Gold Standard, una organización internacionalmente reconocida por sus conocimientos y experiencia en proyectos sobre desarrollo y cambio climático. Se trata de un estándar adicional a la certificación de Gold Standard sobre la reducción de emisiones de carbono y sobre los beneficios de un desarrollo sostenible. · Estándar para el oro y metales preciosos relacionados para artesanos/as y minería a pequeña escala. · Estándares de producto que complementan los estándares genéricos con exigencias específicas según cada producto.
Agricultura/ Producción por contrato	✔	
Mano de obra asalariada / Plantaciones	✔	
IINSPECCIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO		
Grupos productores	✔	Cada elemento de toda la cadena de suministro de un producto certificado está sujeto a auditorías y debe cumplir con los requisitos del estándar Fairtrade.

Criterios de puntuación: 0 *El principio esencial está ausente;* 1 *El principio esencial queda insuficientemente abordado;* 2 *El principio esencial es efectivamente abordado, pero no en toda su extensión;* 3 *El estándar aborda plenamente al principio esencial del comercio justo y alcanza un grado de cumplimiento integral.*

Primeras entidades compradoras	✔	La certificación de todos los actores de la cadena de suministro de un producto hasta su envasado final (además de las organizaciones productoras) constituye un requisito para toda empresa que venda y compre un producto con el sello Fairtrade. Esto también es aplicable a empresas que venden directamente de los productores y/o son responsables de pagar o de transmitir el precio o la prima de Fairtrade. Se requieren también procesos de verificación para empresas que hayan firmado un acuerdo de autorización de uso de una de las marcas Fairtrade, o bien poder hacer referencia a Fairtrade, y que no entren en ninguna de las dos categorías para las que la certificación es obligatoria, así como para empresas que trabajen bajo el modelo de Fairtrade Sourced Ingredient (FSI) para el algodón, tras el pagador Fairtrade o tras la fase de desmote (si es anterior).
Intermediarios	✔	
Propiedad de marca	✔	
Minoristas	✔	

REQUISITOS DE TRAZABILIDAD			
Trazabilidad física	**Norma general**	✔	· Las organizaciones productoras siempre deben ajustarse a la trazabilidad física. Todos los intermediarios comerciales deben separar físicamente los productos de Fairtrade de aquellos otros que no lo son en todas las fases de la cadena de suministro. · Si bien este requisito a veces no es aplicable al procesado de cacao, azúcar de caña, zumos y té.
	Casos aislados: cacao, té, azúcar de caña y zumos de fruta.	Ø	En el caso del cacao, el azúcar de caña, el zumo y el té, no se aplica siempre forzosamente la trazabilidad física en toda la cadena de suministro. En tales casos, el requisito aplicado es la garantía de balance de masas, mediante la trazabilidad documental.
Trazabilidad documental		✔	La trazabilidad documental constituye un requisito tanto en el nivel de productor como del intermediario comercial. Este requisito exige que los registros se guarden en un formato que permita al organismo de certificación remontarse de las "salidas" a las "entradas".

Normas relativas al uso del sello en los envases de los productos

Productos compuestos de "ingredientes Fairtrade	La norma consiste en que todos los ingredientes de categorías que puedan ser certificadas Fairtrade (disponibles en el mercado) lo sean, si bien se puede contemplar excepciones para el uso de algún ingrediente sin este certificado durante un periodo definido máximo de 2 años. Los productos alimenticios compuestos deben poseer por lo menos un 20% de contenido certificado Fairtrade. En el caso de productos que contengan más de un 50% de líquido o leche, este puede restarse del cálculo de porcentajes.
Productos certificados de un único ingrediente	Los productos de un único ingrediente deben ser un 100% (peso en seco) de contenido Fairtrade.
Fairtrade Sourced Ingredient	El Fairtrade Sourced Ingredient (FSI) (anteriormente conocido como Fairtrade Sourcing Program, FSP) constituye un enfoque centrado en la obtención de la materia prima, aplicable a todos los productos salvo al café y los plátanos. Este modelo se basa pues en el origen Fairtrade de los ingredientes y viene indicado mediante el uso de la Etiqueta FSI. A los actores autorizados mediante el FSI se les ofrece una gama de opciones comunicativas, que incluyen el uso de la Etiqueta FSI en el envase de productos compuestos, así como en otros mensajes o comunicaciones comerciales. Los productos finales con Etiqueta FSI son siempre pues productos compuestos. Solo aquellos productos cuyo ingrediente principal se atenga en un 100% a los términos de Fairtrade podrán insertar esta etiqueta en su envase. Las empresas también pueden comentar su compromiso con este tipo de programas en sus demás comunicaciones, así como en su página web.

Fairtrade International | Análisis del sello

CRITERIOS ECONÓMICOS

PRECIO JUSTO

0 1 **2** 3

Fairtrade International es quien establece los precios mínimos (tras consultas con todos los actores implicados), que son revisados y actualizados con regularidad, además de estar disponibles en línea. Estos precios mínimos constituyen el punto de partida de las negociaciones al respecto entre quienes producen y quienes compran.

Cuando el precio de mercado de un producto es superior al precio mínimo establecido, es el precio de mercado el que debe pagarse. En la mayoría de los casos, los precios de los productos ecológicos Fairtrade suelen ser superiores a los precios de los productos convencionales Fairtrade, pero a veces no existen diferencias.

El azúcar de caña y algunos otros productos no tienen un precio mínimo establecido por Fairtrade, por lo que se aplica el precio de mercado.

De igual manera, los productos secundarios y sus derivados tampoco tienen un precio mínimo establecido por Fairtrade, Los precios de los productos secundarios y de sus derivados producidos en el país de origen quedan sujetos a las negociaciones entre el grupo productor Fairtrade y su siguiente comprador (pagador Fairtrade).

PRIMAS PARA PROYECTOS COLECTIVOS

0 1 2 **3**

La prima para cada producto es fijada por Fairtrade International y su cuantía por unidad de peso del producto certificado se podrá consultar en línea.

En el caso de los productos secundarios y/o derivados, además del precio negociado hay que pagar una prima por defecto del 15%.

El pagador/transmisor de la prima Fairtrade debe asegurarse de que:

- Las direcciones de las organizaciones productoras o de las plantaciones no apliquen ningún tipo de deducción a los pagos de las primas a productores/as o trabajadores/as.
- La prima sea pagada al organismo colectivo a cargo de la gestión de las primas, y no a miembros individuales. En el caso de organizaciones de producción a pequeña escala, que se pague directamente a la organización. En aquellas organizaciones con personal asalariado, que el dinero de la prima sea transferido a una cuenta específica de la comisión de primas Fairtrade, una vez disponible.
- En cuanto a los proyectos de producción por contrato, el organismo de promoción debe recibir la prima en nombre de los grupos productores registrados.

ACCESO A LA FINANCIACIÓN O PREFINANCIACIÓN

0 1 2 **3**

Las primeras entidades compradoras deben ofrecer prefinanciación como una opción esencial y sobre la base de las buenas prácticas voluntarias para los intermediarios comerciales. No se aporta información sobre ninguna tasa máxima al respecto.

El porcentaje de prefinanciación ofrecido queda establecido en los estándares de producto (siendo de un 60% en la mayoría de los casos). Puesto que la responsabilidad de ofrecer prefinanciación corre a cargo del intermediario comercial, se entiende que este porcentaje representa un mínimo: "por lo menos un 60%" del valor de la contratación.

COMPROMISO DE COMPRA A LARGO PLAZO

0 **1** 2 3

Fairtrade recomienda a todos los intermediarios comerciales que establezcan un compromiso a largo plazo con las organizaciones productoras o proveedoras. El mínimo de una relación a largo plazo se considera de 2 años para todos los productos (salvo el cacao, para el cual es de 3 años). Pero para los intermediarios comerciales esto supone solo un criterio voluntario de buenas prácticas, mientras que los contratos a largo plazo con las organizaciones productoras constituyen una de las políticas básicas del sector del comercio justo.

Criterios de puntuación: 0 *El principio esencial está ausente;* 1 *El principio esencial queda insuficientemente abordado;* 2 *El principio esencial es efectivamente abordado, pero no en toda su extensión;* 3 *El estándar aborda plenamente al principio esencial del comercio justo y alcanza un grado de cumplimiento integral.*

TRAZABILIDAD

Para la mayoría de los productos	0 1 2 **3**	Para la venta de productos Fairtrade se exige trazabilidad tanto física como documental. En lo referente a la trazabilidad física, esta debe hacerse mediante la separación física del producto en todas sus fases hasta su venta.
Casos aislados: cacao, té, azúcar de caña y zumos de fruta.	0 **1** 2 3	En el caso de estos productos, la separación física no es obligatoria: las organizaciones pueden limitarse a aplicar el balance de masas. Cuando estas venden sus productos a operadores sin la trazabilidad física, estos tampoco están obligados a realizarla pero sí deben asegurar que el volumen que venden como comercio justo equivalga al volumen que compran como comercio justo. Se requiere pues trazabilidad documental.

CRITERIOS SOCIALES

CONVENIOS DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO

0 1 2 **3**	**Pequeñas organizaciones productoras**	Dos de los once convenios de la Organización Internacional del Trabajo no son mencionados explícitamente, pero sus principales temas sí quedan recogidos. En el caso de detección en la organización de casos de trabajo forzoso de personas adultas, sus miembros deben remediarlo, implementando políticas relevantes al respecto para garantizar una seguridad a largo plazo. Aquellas unidades productivas que empleen a más de 10 trabajadores o trabajadoras con jornadas superiores a 30 horas semanales durante por lo menos un mes al año, deberán cumplir con los siguientes criterios adicionales: -Que los salarios de los trabajadores y trabajadoras sea igual o superior al salario mínimo legal o a la media regional (en función de cuál de ambos sea superior).
0 1 2 **3**	**Mano de obra asalariada / Plantaciones**	Dos de los once convenios de la Organización Internacional del Trabajo no son mencionados explícitamente, pero sus principales temas sí quedan recogidos. Se deben respetar los convenios de la OIT relativos a disposiciones de seguridad y salud de los trabajadores y trabajadoras, y de libertad de asociación y reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
0 1 **2** 3	**Agricultura / Producción por contrato**	Solo nueve de los once convenios de la OIT son contemplados y cuentan con medidas de control adecuadas. En el estándar de agricultura por contrato no hay ninguna referencia a la salud y seguridad de los trabajadores y trabajadoras, ni a sus derechos de asociación y de negociación colectiva.

PRECIOS JUSTOS / COMPENSACIONES JUSTAS PARA TRABAJADORES Y TRABAJADORAS

0 1 2 **3**

Fairtrade International exige a sus miembros que establezcan salarios de acuerdo con las normativas de los convenios colectivos cuando existan, con los salarios medios regionales o con los salarios mínimos oficiales para ocupaciones similares, en función de cuál de estos indicadores sea superior. Se deben especificar todos los salarios de los diversos puestos, así como otras condiciones laborales, como el trabajo a destajo.

En lo referente al empleo asalariado, la empresa debe incrementar anualmente los salarios reales con el fin de cubrir el desfase entre sus remuneraciones (sueldos y beneficios) y un salario digno, en el caso de que dichas remuneraciones queden por debajo del umbral aprobado por Fairtrade International. La progresividad de los incrementos y sus plazos deben ser negociados con los representantes sindicales de la clase trabajadora.

CRITERIOS SOCIALES

POLÍTICAS DE BAJAS POR MATERNIDAD, ENFERMEDAD O JUBILACIÓN

0 1 **2** 3	**Pequeñas organizaciones productoras**	Estos criterios son aplicables para personal fijo y para aquellas organizaciones que cuenten con más de 10 trabajadores/as con jornadas superiores a 30 horas semanales durante por lo menos un mes al año: · A lo largo del primer año de certificación, los trabajadores/as deben tener un contrato laboral por escrito legalmente vinculante, que incluya la protección del trabajador en términos económicos en caso de enfermedad, discapacidad o accidente. · Al cabo del sexto año de certificación, la organización debe ofrecer bajas por maternidad, seguros sociales y beneficios no obligatorios de acuerdo con la legislación nacional o con las normativas de los convenios laborales.
0 1 2 **3**	**Mano de obra asalariada Plantaciones**	En el momento de la certificación, la empresa debe: · Haber implantado normativas que aseguren la protección y remuneración de los trabajadores/as durante las bajas por enfermedad. · Conceder un mínimo de 8 semanas de baja por maternidad, pagando 2/3 del sueldo normal o según lo fije la legislación nacional. · Ofrecer seguridad social legal a todos los trabajadores y trabajadoras · Al cabo del tercer año de certificación, la empresa debe asegurar las cotizaciones para las pensiones u otro sistema de financiación de la jubilación.
0 1 2 3	**Agricultura / Producción por contrato**	Estos estándares no especifican criterios para esta modalidad. Si bien sí menciona criterios de desarrollo: · En el sexto año de certificación, las organizaciones productoras e intermediarios comerciales deben haber mejorado las condiciones laborales de sus trabajadores y trabajadoras. · En el tercer año de certificación, los trabajadores/as deben tener opción a por lo menos una actividad del plan de desarrollo de Fairtrade.

TRATO IGUALITARIO A TODOS LOS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS

0 1 2 **3**	Todos los trabajadores y trabajadoras deben recibir un trato igualitario. El incumplimiento de este requisito puede conducir a la retirada del certificado.

CRITERIOS DE GOBERNANZA

ACCESIBILIDAD PARA ORGANIZACIONES PRODUCTORAS Y TRABAJADORES/AS MARGINADOS

0 1 2 **3**	Para obtener el certificado, toda organización productora debe asegurar que por lo menos el 66% de sus miembros sean pequeños grupos productores, así como que por lo menos el 66% del volumen anual de un producto de comercio justo que vende con el sello Fairtrade sea producido por pequeños grupos productores. En el tercer año de certificación, la organización productora debe haber identificado a los grupos desfavorecidos o minorías y en el sexto año ya debe haber puesto en marcha programas dirigidos a ellos. Las plantaciones y los grupos productores por contrato deben poner en marcha programas relacionados con los grupos desfavorecidos o minorías que mejoren su posición social y económica en la organización.

DESARROLLO DE CAPACIDADES

0 1 2 **3**	**Organizaciones de pequeños grupos productores**	En el primer año de certificación, las organizaciones productoras deben haber planificado (y presentar la correspondiente documentación) por lo menos una actividad relacionada con el desarrollo de capacidades de sus miembros. Por otro lado, la actividad financiada gracias a la prima Fairtrade debe quedar claramente explicada en el plan de desarrollo Fairtrade.
0 1 2 **3**	**Mano de obra asalariada / Plantaciones**	La empresa debe llevar a cabo actividades de concienciación sobre comercio justo en todos los ámbitos, de manera que los trabajadores y trabajadoras comprendan sus beneficios; y especialmente debe explicarles el propósito de la prima de Fairtrade, así como aportar formación al comité de gestión de la misma. Esta formación debe tener lugar en horario laboral y repetirse cada vez que sea elegido o nombrado un nuevo representante en el comité. La empresa debe prestar especial atención al empoderamiento de las mujeres por medio de cursos, desarrollo de capacidades, orientaciones, e incentivos y ayudas adecuadas, si fuera necesario.
0 1 **2** 3	**Agricultura / Producción por contrato**	El órgano de representación de los productores y productoras debe organizar por lo menos una actividad de promoción de su actividad y de su entorno. En el tercer año de certificación, la empresa y los grupos productores registrados deben desarrollar un plan de desarrollo organizacional (calendario, actividades, objetivos) de forma democrática y transparente con el fin de organizarse en una o más organizaciones productoras. El organismo de promoción debe llevar a cabo cursos regulares de desarrollo de capacidades administrativas y organizacionales con miembros del órgano de representación de los productores y productoras, de manera que sean capaces de asumir la gestión de las primas de Fairtrade.

LOS DERECHOS DE LAS POBLACIONES INDÍGENAS

0 1 2 **3**	**Pequeñas organizaciones productoras**	En caso de conflictos relacionados con los derechos de uso o propiedad de la tierra o del agua, estos deben resolverse con responsabilidad y transparencia antes de poder optar a la certificación.
0 1 2 3	**Mano de obra asalariada / Plantaciones**	Estos estándares no incluyen requisitos relacionados con esta cuestión.
0 1 2 **3**	**Agricultura / Producción por contrato**	La empresa que gestione las plantaciones debe poseer el derecho legal y legítimo de propiedad y uso de las tierras, así como respetar los derechos sobre la tierra de las poblaciones locales e indígenas. Fairtrade International exige a los equipos directivos de grandes plantaciones que adopten un planteamiento colaborativo con las comunidades locales.

TOMA DE DECISIONES DEMOCRÁTICA PARA ORGANIZACIONES COLECTIVAS DERECHOS DE NEGOCIACIÓN COLECTIVA DEL PERSONAL ASALARIADO

0 1 2 **3**	**Pequeñas organizaciones productoras**	Todas las decisiones deben tomarse de forma democrática y transparente. El auditor debe comprobar sus actas, informes y documentos oficiales, así como organizar entrevistas con los productores y productoras. La organización debe explicar a sus miembros las vías de participación abiertas de manera que puedan tener un mayor control de la misma. Debe organizarse una asamblea general anual. Todas las principales decisiones deben debatirse y votarse en dicha asamblea general, en la que cada miembro puede participar con derecho a voto. El informe anual, los presupuestos y las cuentas deben ser votados en dicha asamblea. En lo referente a la formalización de la estructura colectiva: las organizaciones de segundo y tercer nivel deben ser controladas directamente por sus miembros, legalmente constituidos y afiliados a las organizaciones de primer y segundo nivel. Las organizaciones de segundo y tercer nivel deben contar con un consejo de administración democráticamente elegido.
0 1 2 **3**	**Mano de obra asalariada / Plantaciones**	Las organizaciones independientes de trabajadores/as deben ser elegidas democráticamente por estos. La empresa debe ofrecer los apoyos necesarios para reforzar las capacidades en este sentido de aquellos trabajadores o trabajadoras que deseen participar. Las auditorías controlarán esta cuestión como uno de los criterios esenciales. Las organizaciones productoras deben implementar el plan de desarrollo organizacional conjuntamente con la empresa y deben participar en todas las cuestiones que se plantee la empresa contratante relacionadas con el comercio justo. El objetivo de implementar dicho plan consiste en incrementar la participación de los productores y productoras en la comunidad. Es más, la empresa u organización productora debe adoptar medidas continuas para promover la participación de los productores y productoras (cursos, iniciativas pedagógicas). En lo referente a la formalización de la estructura colectiva: La empresa debe respetar el derecho de todos los trabajadores y trabajadoras a formar sindicatos o a afiliarse a ellos, así como su derecho a una negociación colectiva real. Debe también celebrar como mínimo una reunión trimestral con los representantes elegidos por los trabajadores para debatir las reclamaciones de los trabajadores/as y las inquietudes de la dirección. Estas reuniones deben realizarse durante el horario laboral y sus resultados deben ser puestos a disposición de toda la clase trabajadora. La empresa debe implementar medidas para fomentar la participación de los trabajadores y trabajadoras.
0 1 **2** 3	**Agricultura / Producción por contrato**	La empresa debe garantizar una gestión democrática del órgano de representación de los productores y productoras y ayudar a estos a desarrollar un sistema de control interno a favor de la participación democrática de las futuras organizaciones productoras. En lo referente a la formalización de la estructura colectiva, el órgano de representación de los productores y productoras debe ser elegido por los productores/as mismos. Este órgano debe actuar como un intermediario entre la empresa y los productores, así como con el organismo a cargo del control de las primas de desarrollo. Debe también informar a los productores/as sobre las decisiones adoptadas en relación con todas las cuestiones de comercio justo.

TRANSPARENCIA INFORMATIVA EN LA GESTIÓN DE LA ORGANIZACIÓN / EMPRESA PRODUCTORA

0 1 2 **3**	Sus miembros deben estar informados y participar en la asamblea general. El informe anual, los presupuestos y las cuentas deben estar disponibles para todos los miembros. Es más, el comité de control debe supervisar la administración general de la organización (incluyendo la gestión de las primas) en nombre de sus miembros. Para ello, debe tener acceso a todos los registros, libros, actas e informes. Los resultados de estos controles deben ser compartidos. Las organizaciones deben asegurar la separación de roles y responsabilidades entre el órgano de representación de los productores/as y la dirección.

NO DISCRIMINACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN PRODUCTORA

0 1 2 **3**	Todos los trabajadores y trabajadoras deben recibir un trato igualitario y sin discriminaciones. Si las normas de la organización no se ajustan a este requisito esencial, se puede retirar el certificado. También debe desarrollarse e implementarse una política de género.

SEGUIMIENTO DE LA GESTIÓN DEMOCRÁTICA DE LAS PRIMAS PARA PROYECTOS COLECTIVOS

0 1 2 **3**	**Pequeñas organizaciones productoras**	El uso de las primas de Fairtrade es votado en la asamblea general, debe atenerse a las actividades previstas en el Plan de Desarrollo de Fairtrade e implementarse en el segundo año. Todas las actividades que se prevé financiar mediante la prima de Fairtrade deben estar incluidas en el Plan de Desarrollo de Fairtrade. En cuanto a las organizaciones de segundo y tercer nivel, deben implantar un sistema de reparto de las primas de Fairtrade.
0 1 **2** 3	**Mano de obra asalariada / Plantaciones**	Los trabajadores y trabajadoras deben elegir a representantes para constituir el comité de primas de Fairtrade, que debe organizar reuniones con los trabajadores/as y consultas a los mismos para conocer sus necesidades y debatir ideas de proyectos, de forma regular y durante la jornada laboral. Los principios de reparto de las primas de Fairtrade deben ser transparentes. Los puestos directivos de la empresa deben participar activamente en la gestión de estas primas; aunque su papel sea consultivo y carezcan de voto, tienen derecho a bloquear todo gasto que no se atenga a las normas de las primas de Fairtrade.
0 1 **2** 3	**Agricultura / Producción por contrato**	Los productores y productoras deben elegir a un organismo común que gestione las primas. Todo productor/a registrado, así como todo trabajador/a, puede sugerir actividades. Se debe diseñar un plan de desarrollo organizacional para supervisar la gestión de las primas. No obstante, estos estándares conceden a la entidad promotora (es decir, a la empresa) un papel importante en la supervisión del uso de las primas de desarrollo. Y aunque la dirección de la empresa no cuenta con derecho a voto en el órgano de representación de los productores y productoras, debe desempeñar un papel activo en la concepción y seguimiento del plan de desarrollo organizacional.

CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES

REDUCCIÓN DE LOS IMPACTOS MEDIOAMBIENTALES DE LAS ACTIVIDADES (GESTIÓN DE LA ENERGÍA, DEL AGUA Y DE LOS RESIDUOS)

0 1 2 **3**

Fairtrade International anima encarecidamente a la reducción de los impactos medioambientales, del desperdicio de recursos y a la adopción de medidas no solo de prevención de la degradación de los recursos naturales sino también de su restauración. Es más, las organizaciones productoras deben contar con procedimientos para la prevención de la deforestación y para la implementación de medidas de adaptación al cambio climático.

Los criterios cubren numerosos aspectos de sostenibilidad, pero se centran más en la promoción de la concienciación de los productores y productoras y en una mejora continua de esta cuestión que en ofrecer un conjunto integral de requisitos.

PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

0 1 2 **3**

Las actividades de las organizaciones certificadas de producción a pequeña escala y de trabajo asalariado nunca deben poner en peligro áreas de alto valor ecológico.

Pero no solo se exige a los miembros que no provoquen deforestación ni destruyan vegetación, sino que además las organizaciones productoras deben contar con un procedimiento para prevenir la deforestación o la degradación de la vegetación.

PROHIBICIÓN DE SUSTANCIAS PELIGROSAS

0 1 2 **3**

Se permite un uso restringido de plaguicidas, regulado en función de la clasificación de estas sustancias en grupos. Estos requisitos de los estándares no solo persiguen la protección de la salud de las personas agricultoras y trabajadoras mediante la prevención y la concienciación sobre el uso de los plaguicidas, sino también su limitación así como la promoción de vías alternativas de control de plagas y enfermedades. Las sustancias prohibidas están expuestas en diversas listas disponibles en línea, entre las cuales ciertas sustancias químicas reunidas en el *Orange Group* (Grupo Naranja, de sustancias restringidas) deben ser superadas para finales de 2019.

PROHIBICIÓN DE LOS OGM

0 1 2 **3**

La producción de cultivos genéticamente modificados está prohibida para los grupos de producción certificados.

Medidas de control

AUDITORÍA		
Equipo auditor	0 1 2 **3**	Los auditores/as son personal empleado o profesionales independientes contratados por el organismo de certificación independiente FLO-Cert para la certificación de organizaciones productoras e intermediarios comerciales en los países productores, así como por el FLO-Cert o Fairtrade Australiay Nueva Zelanda, Fairtrade Canadá, Fairtrade Label Japón y Fairtrade Luxemburgo, en sus respectivos países y en los países consumidores.
Reuniones	0 1 **2** 3	Hay que celebrar reuniones de inicio y de cierre, durante las cuales el auditor debe explicar todos los incumplimientos detectados y debatirlos con la dirección. El procedimiento de control no contiene requisitos sobre la presencia de trabajadores/as o productores/as durante estas reuniones.
Control documental	0 1 2 **3**	Se deberá comprobar toda la documentación necesaria.
Auditoría sobre el terreno	0 1 2 **3**	Los controles de inicio y de renovación de la actividad siempre deben incluir auditorías sobre el terreno.
Entrevistas a productores/as y trabajadores/as	0 1 2 **3**	Se debe entrevistar a personas productoras y trabajadoras.
Frecuencia	0 1 2 **3**	Tras la certificación inicial, se inicia el primer ciclo de tres años de certificación. Se suele llevar a cabo una auditoría presencial de supervisión por ciclo, para evaluar el cumplimiento continuo mediante criterios de validación en el momento de la auditoría. FLO-Cert utiliza una lista de control reducida durante las auditorías de supervisión para verificar que la organización esté cumpliendo con los principales requisitos esenciales.
Auditoría sorpresa	0 1 **2** 3	FLO-Cert puede organizar también auditorías no anunciadas.
REQUISITOS PARA LA CERTIFICACIÓN		
Puntuación	0 1 **2** 3	Existen tres tipos de criterios de cumplimiento: Centrales (C): reflejan los principios esenciales de Fairtrade y deben ser cumplidos. Mayores (M): reflejan principios claves de Fairtrade, cuyo incumplimiento supone un grave riesgo para el modelo de comercio justo. Su incumplimiento puede conducir pues a sanciones en cuanto a la certificación. Criterio de Desarrollo (D): se refiere a las continuas mejoras que deben llevar a cabo las organizaciones certificadas. Su cumplimiento es calificado mediante una puntuación media; en vez de acudir a un enfoque de sí o no, existen 5 niveles de cumplimiento, denominados "rangos". Los rangos 1 y 2 significan diversos grados de incumplimiento, mientras que los rangos de 3 a 5 suponen diversos grados de cumplimiento de los estándares de Fairtrade. A cada requisito se le asigna uno de los siguientes números: 0, 1, 3 y 6, que representan los años disponibles antes de volver a ser auditado con respecto al requisito en cuestión. ------->

Criterios de puntuación: 0 *El principio esencial está ausente;* 1 *El principio esencial queda insuficientemente abordado;* 2 *El principio esencial es efectivamente abordado, pero no en toda su extensión;* 3 *El estándar aborda plenamente al principio esencial del comercio justo y alcanza un grado de cumplimiento integral.*

REQUISITOS PARA LA CERTIFICACIÓN

Puntuación	0 1 **2** 3	Los estándares para intermediarios comerciales, en cambio, no exigen este tipo de cumplimiento progresivo de requisitos sino la adopción voluntaria de buenas prácticas y criterios reactivos, como los que siguen: Buenas prácticas voluntarias (VBP, por sus siglas en inglés): se refieren a las medidas adicionales que todos los actores de la cadena de suministro pueden adoptar para promover unas condiciones de comercio aún más justas. Criterios reactivos (R): son criterios relacionados con un enfoque reactivo del control de los requisitos de los estándares para intermediarios comerciales (Trader Standard Production). Son aplicables a todos los intermediarios comerciales, pero solo son comprobados de forma proactiva cuando existen señales de incumplimiento.
Acciones correctivas	0 1 2 **3**	El cumplimiento, incluyendo la aplicación de medidas correctivas (CM, por sus siglas en inglés), debe lograrse antes de la renovación del certificado para el siguiente ciclo de 3 años. Entonces se inicia un ciclo idéntico hasta el sexto año. Los auditores/as deben informar a FLO-Cert sobre los incumplimientos y las peticiones de CM; en un plazo de 4 meses, la organización deberá enviar también a FLO-Cert evidencias objetivas de la adopción de dichas medidas.
Suspensión / Retirada del certificado	0 1 2 **3**	Se suspenderá el certificado a un operador durante un periodo de entre 2 y 6 meses si: · Se identifican incumplimientos en criterios mayores, ya sea durante una auditoría o que hayan llegado por otras vías a FLO-Cert. · La organización certificada no propone CM apropiadas durante el plazo de tiempo definido. En tal caso, se concede a la organización un plazo de 5 meses desde la suspensión para demostrar que ha corregido los incumplimientos que han llevado a esta situación. Se retirará el certificado si: · No se han presentado las CM a FLO-Cert dentro del plazo definido tras la suspensión. · Toda organización puede perder el certificado sin una suspensión previa si se detecta el incumplimiento de un mismo criterio mayor en 3 auditorías consecutivas. FLO-Cert puede aplicar sanciones económicas en las siguientes situaciones: · Si un solicitante inicia actividades comerciales con el sello Fairtrade antes de haber recibido permiso para hacerlo o de que se la haya concedido dicho certificado. · Cuando una entidad certificada presenta incumplimientos que no pueden resolverse a lo largo del presente ciclo de certificación.

COSTES Y TARIFAS ANUALES

Transparencia	0 1 2 **3**	Los costes están disponibles en línea y dependen del tipo de organización (organización productora, plantaciones, etc.). Dependen de: el número de miembros de la organización productora, el número de productos certificados, el número de entidades subcontratadas, etc. Los costes iniciales deben ser pagados antes de la auditoría inicial. Tras lo cual, se pagan costes anuales por las auditorías de seguimiento.

PROCEDIMIENTOS

Procedimientos de reclamaciones, apelaciones y alegaciones	0 1 2 **3**	Todos los operadores certificados por FLO-Cert tienen derecho a apelar cualquierdecisión relacionada con la certificación o a solicitar una revisión de toda evaluación. El derecho a interponer una apelación o a solicitar una revisión dura 30 días de calendario tras la recepción de la evaluación o decisión de certificación. Las reclamaciones se refieren a la forma en que FLO-Cert presta sus servicios. El representante de gestión de la calidad es el responsable de la investigación de toda reclamación y de responder en un plazo de 30 días laborables desde el día de recepción de la misma.

Resumen

Fairtrade International es el sello de comercio justo más antiguo y globalmente más conocido. En el modelo Fairtrade, sus redes de productores y productoras cuentan con un 50% de los votos de su asamblea general. Durante los procesos de fijación de nuevos estándares y políticas, Fairtrade consulta también a los agricultores/as y a los trabajadores/as.

A pesar de la aparición de nuevos sellos, Fairtrade sigue siendo el principal actor en este sector, suponiendo un punto de referencia (numerosos sellos de comercio justo, por ejemplo, usan o establecen como referencia los precios mínimos propuestos por Fairtrade).

Además de sus constantes estrategias e innovaciones para incrementar sus ventas, Fairtrade International es uno de los pocos sellos de comercio justo (junto con la World Fair Trade Organization) que cuenta con una red efectiva para implementar labores de incidencia política y de concienciación apropiadas de la ciudadanía.

Así, Fairtrade International se ha convertido en un sello en continua evolución, que se reinventa a sí mismo para hacer frente a los retos actuales. Su marco de actuación estratégica "Changing Trade, Changing Lives 2016-2020" ('Cambiar el comercio, cambiar las vidas, 2016-2020') persigue la promoción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU y de los acuerdos adoptados por la COP21 en la Cumbre del Clima de París. Sus nuevos estándares de 2019 para organizaciones productoras a pequeña escala pretenden fortalecer su situación, pues determina que entre los miembros de las cooperativas debe darse una mayor proporción de pequeñas explotaciones familiares de lo anteriormente planteado. Se anima además a las cooperativas a que desarrollen e implementen políticas de género. En el capítulo medioambiental, varios criterios de desarrollo han pasado a ser esenciales, fomentando así la prevención de la deforestación y la adaptación al cambio climático.

Subsisten no obstante varios puntos que podrían reforzarse, como el establecimiento de un compromiso mínimo a largo plazo para las entidades compradoras de todos los tipos de productos. Por otro lado, algunos productos carecen de precios mínimos, y otros que sí lo tienen no consiguen no obstante evitar que siga habiendo productores y productoras obligados a subsistir por debajo del umbral de la pobreza (y esto a pesar de las mejoras metodológicas para el establecimiento de precios mínimos garantizados). Esta evaluación anima a Fairtrade International a desarrollar estrategias para abordar esta situación, por ejemplo mediante campañas a favor de precios que permitan ingresos dignos.

En consonancia con la estrategia global 2020 de Fairtrade por ampliar el acceso de grupos los agricultores a los mercados mundiales, este sello ha cambiado su política en el sentido de permitir que ciertas grandes empresas puedan usar un "sello de ingrediente" en productos compuestos por un único ingrediente certificado por Fairtrade. Este nuevo programa modifica la norma de all that can be ("todo lo que pueda ser de comercio justo debe serlo") y suscita una cuestión clave: ¿acaso esta estrategia de incrementar el volumen de ventas de comercio justo rebajando el nivel de compromiso se va a traducir en un mayor impacto positivo para los productores y productoras?

Fair Trade USA

Información básica sobre Fair Trade USA

CONTACTO

Fair Trade USA
1500 Broadway, Suite 400 Oakland, CA 94612 USA
Tel: (510) 663-5260
Fax: (510) 663-5264
Correo electrónico: info@fairtradeusa.org
Página web: www.FairTradeUSA.org

PROPIEDAD DE LOS ESTÁNDARES

Fair Trade USA (FTUSA) es una organización sin ánimo de lucro registrada en Estados Unidos. Su misión consiste en fomentar el desarrollo sostenible y el empoderamiento comunitario mediante la promoción de un modelo de comercio global más justo que beneficie a los agricultores y agricultoras, a los trabajadores y trabajadoras, al público consumidor, a la industria y al planeta.

FTUSA posee sus propios estándares para bienes domésticos y ropa, para grandes explotaciones agrícolas con personal asalariado y para pequeños propietarios/as, tanto independientes como organizados. Presenta 4 estándares:

- El estándar de producción agrícola (Agricultural Production Standard; APS), para todos los grupos productores agrícolas.
- El estándar de pesca (Capture Fish Standard), para alimentos marinos.
- El estándar industrial para bienes domésticos y ropa (Factory Standard for Apparel and Home Goods).
- El estándar comercial (Trade Standard) para intermediarios comerciales, procesadores, importadores, exportadores, marcas comerciales, etc.

HISTORIA

Fair Trade USA se funda en 1998 (con el nombre de TransFair USA), como miembro de Fairtrade International (por aquel entonces Fairtrade Labelling Organizations International o FLO) hasta 2012, cuando pasa a convertirse en una organización independiente y comienza a establecer sus propios estándares, ámbitos de actuación y sistema de garantía. Esta escisión entre Fair Trade USA y Fairtrade International se da (en parte) debido a desacuerdos en torno a si mantener la tradición de limitar los certificados de comercio justo a los pequeños grupos productores para ciertos productos (como el café) o bien ampliar dichos certificados a explotaciones más grandes con trabajadores/as contratados. Fairtrade International eligió seguir trabajando exclusivamente con pequeños grupos productores para algunos productos, mientras que Fair Trade USA decidió empezar a colaborar con explotaciones con trabajadores y trabajadoras contratados para estos mismos productos. Fair Trade USA ha desarrollado tres nuevos estándares desde que abandonó el sistema de Fairtrade International: de producción agrícola, de bienes domésticos y ropa y de pesca.

El estándar de producción agrícola de Fair Trade USA puede cubrir a una sola entidad (como a una explotación única) o bien a una agrupación de entidades (de dimensiones similares o diversas, y ya sea de propiedad o gestión propia o ajena, como una cooperativa formada colectivamente por numerosos pequeños grupos productores). Si el detentor del certificado APS actúa en nombre de múltiples entidades de su cadena de suministro, es responsable de asegurar que todas estas entidades cumplan con el APS. Es decir, el APS es aplicable a todas las actividades agrícolas y de cosecha certificadas con el sello Fair Trade USA. Para otras actividades, como el almacenamiento, transporte, procesamiento, embalaje, triaje por calidad o transformación, subcontratadas en el exterior, la aplicación del APS es en cambio opcional. El APS categoriza a los poseedores de este certificado en explotaciones agrícolas/fábricas pequeñas, medianas y grandes, y ciertos estándares son aplicados de forma diferente a dichas entidades en función de su tamaño. Existen algunos criterios "esenciales" (critical), lo que significa que deben ser cumplidos antes de la certificación (en el año 0) o en un plazo de tiempo definido (p. ej., en el año 1). Hay otros criterios calificados de "mejoras" (progress), a los que se asigna una puntuación en función de su importancia. En cada categoría de criterio o "módulo" (p. ej., biodiversidad, función ecosistémica y producción sostenible) se debe alcanzar determinada puntuación en cierto plazo de tiempo, de manera que se cumplan todos los criterios en el año 6 de certificación. Esto permite a quienes posean el certificado ir progresando hacia su total cumplimiento en un plazo total de 6 años.

Fair Trade USA comenzó a investigar la posibilidad de certificar a empresas textiles en 2006. Llevó para ello a cabo una serie de estudios piloto entre 2010 y 2012, tras lo cual presentó sus estándares para bienes domésticos y ropa.

ORGANISMOS DE GOBERNANZA Y DE PARTICIPACIÓN

FTUSA posee tres estructuras de gobernanza y órganos de toma de decisiones mayoritariamente compuestos por expertos/as en negocios. Estas tres estructuras son las siguientes: 1) equipos gestores y de alta dirección responsables de las operaciones y de la misión; 2) el consejo de administración (donde coinciden representantes de varios grupos de actores implicados, pero que no exige la inclusión de ningún grupo específico), responsable de la orientación estratégica y del control de cuentas; y 3) el consejo consultivo, que ofrece apoyos y conocimientos sobre temas específicos, pero sin la autoridad ni las obligaciones del consejo de administración.

Su procedimiento de desarrollo y revisión de estándares se halla públicamente disponible, si bien no incluye las políticas relacionadas con la certificación, la tarificación ni el etiquetado. Cada cinco años, este procedimiento es sometido a una revisión a fondo. Se ofrece entonces un borrador para su consulta pública y FTUSA solicita activamente la opinión de los actores implicados, especialmente de aquellos identificados como "no adecuadamente representados". Estas opiniones son evaluadas internamente y el consejo de administración aprueba el contenido final de los nuevos estándares y de las revisiones mayores (aunque también puede delegar su aprobación). Según FTUSA, el contenido de los estándares es decidido en base a un "equilibrio razonable" entre las opiniones de los actores implicados —"incluyendo a aquellos directamente afectados"— y el proceso "sigue el Código de Buenas Prácticas ISEAL para el establecimiento de estándares sociales y medioambientales".

EQUIVALENCIAS / RECONOCIMIENTO

FTUSA reconoce a las organizaciones productoras certificadas por FLO- Cert en base a los estándares agrícolas de Fairtrade International.

Las actividades de recolección de productos silvestres están exentas de cumplir con los requisitos medioambientales del Módulo 4 del APS, debiendo demostrar su sostenibilidad medioambiental de forma alternativa, pero siguen siendo auditadas en los demás aspectos del estándar. Una de las alternativas consiste en cumplir con UEBT, USDA/NOP, FairWild o FSC (productos no madereros).

ORGANISMO DE CERTIFICACIÓN

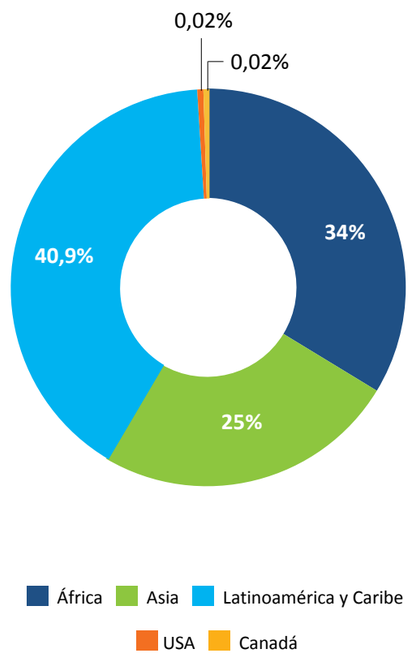
SCS Global Services son quienes llevan a cabo la mayoría de las auditorías de Fair Trade USA. También se recurre a Control Union.

SCS Global Services nace en 1984. Se trata de una corporación con ánimo de lucro de un nuevo tipo, que pretende generar impactos materiales positivos en la sociedad y en el medio ambiente. Tiene la sede en California y ofrece sus servicios para varios estándares en áreas que incluyen la seguridad alimentaria, los productos libres de residuos de plaguicidas, productos ecológicos, actividades madereras sostenibles y la compensación de carbono, entre otras.

Control Union nace en 2002 y se centra en el desarrollo de servicios relacionados con la sostenibilidad y la responsabilidad social en las cadenas de suministro de industrias como la alimentaria, forestal, biomasa, biocombustibles y mercado textil, en más de 70 países.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA FAIR TRADE USA

PRODUCTOS CERTIFICADOS (2016)



Fair trade USA | Condiciones de elegibilidad

ALCANCE GEOGRÁFICO		
Países en desarrollo	✔	Los productos certificados por FTUSA proceden de 46 países, incluyendo entre ellos a dos miembros de la OCDE: Canadá y Estados Unidos.
Países de la OCDE	✔	

REQUISITOS ESPECÍFICOS		
Certificado ecológico	Ø	No se requiere una certificación ecológica. Para algunos productos (como el café), el precio mínimo de comercio justo es más elevado si se certifican como ecológicos. Se pueden usar los fondos de desarrollo comunitario de FTUSA para ayudar a sus miembros a lograr el certificado ecológico.

TIPO DE ORGANIZACIÓN		
Organizaciones productoras	✔	Al comienzo, FTUSA mantenía estándares diferentes para "pequeños propietarios independientes" y "trabajadores agrícolas". Pero todas las explotaciones agrícolas e instalaciones de procesamiento, independientemente de su tamaño, estaban sujetas a un mismo conjunto genérico de requisitos. Ahora, se pueden conceder certificados a entidades únicas de cualquier tamaño (ya sean pequeñas o grandes explotaciones) o a agrupaciones de entidades de tamaños similares o diferentes (p. ej., a una cooperativa de explotaciones agrícolas pequeñas y medianas).
Agricultura / Producción por contrato	✔	Hay algunos requisitos que varían en función del tamaño de la explotación/instalación (se considera pequeña con 5 o menos trabajadores/as permanentes y con no más de 25 trabajadores/as in situ en ningún momento; se considera mediana con entre 6 y 25 trabajadores/as permanentes y con no más de 100 in situ en ningún momento). En aquellos casos en que una entidad posea varias explotaciones/instalaciones, hay que sumar el número de trabajadores/as y es su total la referencia para atribuirle un tamaño.
Mano de obra asalariada / Plantaciones	✔	Los siguientes trabajadores y trabajadoras tienen derecho a participar en la prima: En las explotaciones medianas y grandes: todos sus trabajadores/as (tanto permanentes como temporales; tanto directamente contratados como subcontratados); en las explotaciones pequeñas: • Todos los trabajadores/as permanentes (directos y subcontratados); no es obligatorio que las personas temporales sean incluidos. Por lo tanto, todas las contratadas son beneficiarias, salvo que tengan un contrato temporal en una explotación agrícola pequeña.

IINSPECCIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO		
	✔	Se requiere el pleno cumplimiento de los estándares en todas las explotaciones de cultivo y cosechado certificadas; en las instalaciones gestionadas por un poseedor del sello en las que se cultive, procese, envase, tríe por calidad o transforme un producto certificado; así como en las operaciones de intermediación y compra-venta entre el/los agricultor/es y el poseedor del sello, donde se procese, envase, tríe por calidad o transforme el producto certificado. En otros lugares, como los destinados al almacenamiento o transporte, o bien en instalaciones exteriores subcontratadas de procesamiento o envasado, triaje por calidad y transformación, su cumplimiento no es un requisito. Sin embargo, estas entidades deben contar con un contrato que incluya varios convenios de la OIT (29, 105, 87, 98, 138, 182, 100, 111) y garantizar que nunca se van a mezclar los productos certificados con productos no certificados.

REQUISITOS DE TRAZABILIDAD			
Trazabilidad física	**Norma general**	✔	Los productos de comercio justo deben ser separados y se debe asegurar su trazabilidad.
	Casos aislados: cacao, té, azúcar de caña y zumos de fruta.	Ø	Para estos productos alimenticios, la trazabilidad física solo es voluntaria, pues se permite la trazabilidad por balance de masas. Pero esta solo está permitida tras el primer procesamiento del producto. Cuando las organizaciones productoras de té y de zumos de fruta no apliquen la trazabilidad física, el procesamiento de estos productos deberá darse en el mismo lugar de producción.
Trazabilidad documental		✔	Se requiere trazabilidad documental. Los productos certificados deben ser identificados como tales en toda la documentación de compra-venta (p. ej., mediante facturas, justificantes de entrega y órdenes de pedido) y hay que registrar también la calidad y características del producto.

PROMOCIÓN Y SENSIBILIZACIÓN / INCIDENCIA	
✔	Fair Trade USA considera parte de su misión la educación del consumidor/a sobre su sello. Para ello, han elegido octubre como el Mes del Comercio Justo en Estados Unidos, además de promocionar continuamente a quienes poseen su sello.

Normas relativas al uso del sello en los envases de los productos

En la etiqueta principal	El producto puede contener hasta un 5% de ingredientes no certificados como comercio justo, como los aromas o aditivos, como ha aprobado Fair Trade USA. Pero el 100% de todo ingrediente certificado debe ser de comercio justo. Los productos compuestos deben contener un mínimo del 20% de ingredientes certificados. Cuando todos los ingredientes no están certificados, se debe usar una etiqueta que lo especifique o identificar los ingredientes específicos (p. ej., "té"). El cacao, café, té y quinoa deben tener el certificado de comercio justo. Se debe indicar en alguna parte del envase el porcentaje de contenido (peso en seco) certificado como comercio justo.
Indicador de ingrediente	Para poder usar este sello, el producto debe contener como mínimo un 20% de ingredientes certificados como comercio justo. Su medición se hace según el peso en seco, retirando el agua, que es un ingrediente que no está certificado.

Fair trade USA | Análisis del sello

CRITERIOS ECONÓMICOS

PRECIO JUSTO

0 **1** 2 3

Las entidades compradoras deben pagar el precio mínimo de comercio justo (si existe) o el precio de mercado, en función de cuál sea más elevado. Algunos productos carecen de precio mínimo, incluyendo el azúcar de caña, el aceite de palma, las flores cortadas y numerosas hierbas y especias.

Los poseedores del sello pueden comprar un producto a los agricultores a precio de mercado y, al final de la temporada, ajustarlo al precio de comercio justo y hacer un segundo pago a los mismos.

Los productores y productoras deben tener voz en la negociación de los precios y de los pagos de quienes compran, asegurar que los costes de producción incluyan salarios adecuados según el nivel de vida para los agricultores/as y trabajadores/as, y obtener un beneficio suficiente para reinvertir en la explotación agrícola.

PRIMAS PARA PROYECTOS COLECTIVOS

0 **1** 2 3

Los estándares de Fair Trade USA requieren que cada venta incluya primas prefijadas de desarrollo comunitario. El 50% de sus primas de comercio justo deben destinarse a proyectos comunitarios. En el caso de algunos productos, las primas deben invertirse en actividades o recursos destinados a mejorar la sostenibilidad medioambiental de los cultivos (p. ej., en el caso de la quinoa se requiere que el 30% de la prima sea reinvertida de esta manera). En el contexto de algunas grandes explotaciones de té, la prima es dividida entre el comité de comercio justo (80%) y la explotación (20%), requiriendo a esta que la invierta en mejoras en las condiciones de vida de trabajadores/as y empleados/as.

Prima: En base a una evaluación de necesidades, hasta el 50% de la prima puede ser en efectivo o una forma de dinero en especie; las explotaciones pequeñas y medianas pueden usar hasta el 50% de la prima para pagar las tasas de certificación. Hasta el 20% puede dedicarse a inversiones in situ que pasan a pertenecer al que posea una explotación o instalación de pequeñas o medianas dimensiones.

ACCESO A LA FINANCIACIÓN O PREFINANCIACIÓN

0 1 2 **3**

Quienes posean el certificado pueden ofrecer financiación a los agricultores/as (a tasas interés que no superen los costes de préstamo).

Cuando un grupo productor certificado así lo solicite, sus compradores/as deben ofrecerle financiación o apoyos para asegurar su financiación (hasta el 60% del contrato) por parte de un tercero prestamista (salvo que el productor sea un prestatario de alto riesgo, verificado mediante una auditoría externa). La tasa de interés no puede exceder los costes de préstamo y las tasas administrativas.

COMPROMISO DE COMPRA A LARGO PLAZO

0 **1** 2 3

Aunque no es obligatorio, es considerado una buena práctica para estimar los volúmenes previstos. En el caso de flores y plantas, las entidades compradoras deben ofrecer una "carta de intenciones" que será considerada como un contrato durante por lo menos seis meses, indicando la calidad, precio, términos de pago, condiciones de entrega y volúmenes estimados. Las entidades compradoras se comprometen a comprar por lo menos el 50% del volumen indicado en el primer año y el 75% en los años siguientes.

TRAZABILIDAD

0 1 2 **3**

Los productos de comercio justo deben ser separados y se debe asegurar su trazabilidad.

TRAZABILIDAD DEL CACAO, AZÚCAR DE CAÑA, TÉ Y ZUMOS DE FRUTA

0 **1** 2 3

Se permite la trazabilidad mediante balance de masas (siempre de un tipo y calidad similar) tras el primer paso de procesamiento de este tipo de productos.

Criterios de puntuación: 0 *El principio esencial está ausente;* 1 *El principio esencial queda insuficientemente abordado;* 2 *El principio esencial es efectivamente abordado, pero no en toda su extensión;* 3 *El estándar aborda plenamente al principio esencial del comercio justo y alcanza un grado de cumplimiento integral.*

CRITERIOS SOCIALES

CONVENIOS DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO

0 1 **2** 3

FTUSA recoge los convenios esenciales de la OIT (véase la lista más abajo), pero no incluye el Convenio sobre pueblos indígenas y tribales, 1989 (núm. 169), que dispone "la consulta y participación de los pueblos indígenas y tribales en relación con políticas y programas que pudieran afectarles. Dispone también el respeto de sus derechos fundamentales y establece políticas generales en relación con las costumbres y tradiciones, los derechos sobre la tierra, el uso de recursos naturales hallados en tierras tradicionales, el empleo, la formación profesional, las industrias artesanas y rurales, la asistencia sanitaria y social, la educación, los contactos transfronterizos y la comunicación con los pueblos indígenas y tribales."

- Convenio 29 sobre el trabajo forzoso (1930).
- Convenio sobre la abolición del trabajo forzoso, 1957 (núm. 105).
- Convenio sobre la libertad sindical y la protección del derecho de sindicación, 1948 (núm. 87)
- Convenio sobre el derecho de sindicación y de negociación colectiva, 1949 (núm. 98).
- Convenio sobre la edad mínima, 1973 (núm. 138)
- Convenio sobre las peores formas de trabajo infantil, 1999 (núm. 182).
- Convenio sobre igualdad de remuneración, 1951 (núm. 100).

COMPENSACIONES JUSTAS PARA EL PERSONAL CONTRATADO

0 **1** 2 3

Salario mínimo legal o el determinado por el convenio colectivo (según cuál sea superior), teniendo en cuenta la productividad, cuotas o trabajo a destajo que permitan alcanzar una tarifa por hora adecuada.

En el año 6, los empleadores deben conocer las estimaciones (método Anker) de un salario digno en la zona (si han sido establecidas) y deben desarrollar un plan para lograr llegar a él, o bien promover el estilo de vida que se alcanzaría mediante dicho salario, si bien no se fijan plazos para cumplir este plan.

POLÍTICAS DE BAJAS POR MATERNIDAD, ENFERMEDAD Y JUBILACIÓN

0 1 **2** 3

Las políticas de vacaciones y las bajas por enfermedad o maternidad deben cumplir o exceder los requisitos legales y los convenios colectivos aplicables en el momento de la certificación inicial. No se puede penalizar a los trabajadores y trabajadoras por disfrutar de sus vacaciones o bajas por enfermedad o maternidad. Pero no se especifican más detalles concretos sobre estas políticas.

TRATO IGUALITARIO A TODOS LOS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS

0 1 2 **3**

Se espera de todas las explotaciones agrícolas e instalaciones que gestionen su actividad de acuerdo con el Convenio sobre igualdad de remuneración, 1951 (núm. 100) y el Convenio sobre la discriminación (empleo y ocupación), 1958 (núm. 111). Los estándares relevantes exponen: "Todos los trabajadores/as deben recibir sueldos iguales por un trabajo del mismo valor." Explicado como sigue: "La intención de este criterio es garantizar que no haya discriminación salarial basada en el género, como subraya el Convenio 100 de la OIT, o por la situación laboral del trabajador, es decir, independientemente de que sea temporal o permanente, inmigrante o no, empleado a través de subcontrata o no, etc. Este criterio no prohíbe en cambio a los empleadores ajustar los salarios en función de la veteranía, la experiencia laboral o el rendimiento." Este criterio debe cumplirse desde el inicio de la certificación en todas las explotaciones agrícolas e instalaciones de todos los tamaños.

Aquellas entidades que recurran a personal subcontratado deben contar con un plan de transición hacia el empleo directo o recurrir solo a subcontratas que estén registradas (que cumplan los requisitos de "estar en regla").

CRITERIOS DE GOBERNANZA

ACCESIBILIDAD PARA ORGANIZACIONES PRODUCTORAS Y TRABAJADORES Y TRABAJADORAS MARGINADOS

0 **1** 2 3

No se aporta una definición clara de "marginados" ni requisitos que den preferencia a los grupos productores a pequeña escala si el producto está disponible a través de ellos.

Los trabajadores/as temporales en pequeñas explotaciones agrícolas quedan incluidos en el alcance del estándar, pero no son considerados "participantes en los programas de primas".

Quien posee el certificado, con la aprobación de la mayoría de los participantes en los programas de primas, debe diseñar la estructura de representación proporcional inicial del comité de comercio justo (Fair Trade Committee; FTC), basándose en los documentos usados en el proceso de solicitud.

Los proyectos centrados en beneficiar a los trabajadores/as inmigrantes deben tener un impacto inmediato en las vidas de estos en el lugar de trabajo, o bien beneficiar a sus comunidades de origen.

Hay que incluir a todos los trabajadores y trabajadoras, incluso a aquellos que participan en los programas de primas, deben ser incluidos en una evaluación de necesidades en el año 3, y dotarles de la posibilidad de acceder a los beneficios de, por lo menos, un proyecto con prima en el año 6. La formación debe estar accesible a todos los pequeños grupos productores (si bien no debe ser obligatoria) e incluir a los miembros de los grupos más desfavorecidos (p. ej., a personas con menor nivel educativo).

DESARROLLO DE CAPACIDADES

0 **1** 2 3

Los trabajadores y trabajadoras deben recibir formación sobre sus derechos laborales bajo la legislación vigente y sobre los convenios esenciales de la OIT por parte de un tercer actor independiente (para las entidades pequeñas, esto es recomendable pero no obligatorio, y para las entidades medianas y grandes, en el año 5).

Se recomienda igualmente ofrecer formación regular a la mayoría de los miembros de un grupo de producción sobre la gestión integral de plaguicidas y sobre otros temas.

La formación sobre el FTC, la evaluación de necesidades y el plan de primas debe ser ofrecida antes de la elección del propio FTC y después, como mínimo, cada tres años. Los miembros del FTC deben recibir una formación mínima anual sobre capacidades relevantes para cumplir con sus responsabilidades. En este caso, el poseedor del certificado puede impartir esta formación.
La mayoría de los pequeños productores y productoras deben recibir una formación contable básica, así como cursos sobre la diversificación de ingresos, en un periodo de seis años, con cursos disponibles por lo menos cada tres años.
La formación debe estar accesible a todos los pequeños productores/as (si bien no debe ser obligatoria) e incluir a los miembros de los grupos más desfavorecidos (p. ej., a personas con menor nivel educativo).

LOS DERECHOS DE LAS POBLACIONES INDÍGENAS

0 1 2 3

El sistema de representación proporcional podría tener entre sus objetivos abordar los derechos de los trabajadores indígenas ofreciéndoles un número proporcional de puestos en el comité de comercio justo (FTC). No se incluyen los principios de la OIT sobre los derechos de las poblaciones indígenas.

TOMA DE DECISIONES DEMOCRÁTICA PARA ORGANIZACIONES COLECTIVAS DERECHOS DE NEGOCIACIÓN COLECTIVA DEL PERSONAL ASALARIADO

0 **1** 2 3

No es obligatoria la participación de los productores o productoras en la gestión de la organización productora. Tampoco son obligatorias la toma de decisiones democrática ni la negociación colectiva dentro de la organización productora.

En un plazo de seis años, se debe poner en marcha un sistema interno de sugerencias de los empleados. ------>

0 **1** 2 3

En el caso de mano de obra asalariada que carezca de un sindicato democráticamente elegido (que represente a todos los trabajadores y trabajadoras), las empresas medianas y grandes tienen un plazo de un año para organizar un "equipo de implicación social" (Social Engagement Team; SET). El SET asegura el conocimiento y efectividad de los procedimientos disciplinarios, de los sistemas de sugerencias y de otras herramientas que faciliten la transparencia y comunicación entre los trabajadores/as y la dirección. EL SET debe ser elegido por los trabajadores y trabajadoras y ser representativo de los mismos, pero no se especifican los procedimientos de elección ni de representación. Los trabajadores/as también pueden decidir que el FTC cumpla con las funciones del SET. Es obligatorio ofrecer formación a los miembros del SET (que sin embargo no están obligados a seguir) en capacidades relevantes para su papel y para que sepan cómo identificar áreas de incumplimiento con los estándares de comercio justo.

TRANSPARENCIA INFORMATIVA EN EL GESTIÓN DE LA ORGANIZACIÓN/EMPRESA PRODUCTORA

No aplicable.

NO DISCRIMINACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN PRODUCTORA

0 **1** 2 3

Quien posee el certificado no debe interferir en la toma de decisiones independiente del comité de comercio justo (FTC). Quien posee el certificado puede nombrar a un observador sin capacidad de voto en el FTC.

La dirección no debe castigar, intimidar, acosar ni sobornar a miembros de los sindicatos ni a otros representantes de los trabajadores y trabajadoras y se recomienda al personal empleado que registren toda la documentación relacionada con despidos, para poder compartirla con la empresa auditora si bien esto no es obligatorio.

CONTROL DE LA GESTIÓN DEMOCRÁTICA DE LA PRIMA DE DESARROLLO

0 1 **2** 3

Se debe llevar a cabo una evaluación de necesidades, comunicar sus resultados y usarlos para crear un plan de primas de comercio justo, que debe ser aprobado por los participantes en los programas de primas.

Las actas de las reuniones y decisiones deben quedar registradas y firmadas, así como resultar fácilmente accesibles para los participantes en los programas de primas. Los datos sobre ventas, sobre las primas y sobre los planes de primas deben comunicarse por lo menos una vez al año.

Se recomienda además (aunque no es obligatorio) compartir también un resumen de los resultados de la evaluación de necesidades con todos los participantes en programas de primas.

El Comité de Comercio Justo comparte información sobre el uso de la prima y la contabilidad con los/as participantes del programa. Si la prima es de más de 75.000 dólares, la contabilidad será auditada por un tercero, cuyo coste puede ser pagada con la prima.

© Fairtarde USA

CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES

REDUCCIÓN DE LOS IMPACTOS MEDIOAMBIENTALES DE LAS ACTIVIDADES (GESTIÓN DE LA ENERGÍA, DEL AGUA Y DE LOS RESIDUOS)

0 1 **2** 3

No se incluyen estándares obligatorios en relación con el uso de la energía. Sí existen sin embargo estándares sobre la gestión del suelo, el agua y residuos, que aunque no son obligatorios para obtener el certificado, sí cuentan en lo que respecta a los requisitos de progreso:

Suelo (no se trata de un requisito para la certificación pero sí cuenta en lo que respecta a los requisitos de progreso): control de la fertilidad del suelo, uso de insumos que respondan a su necesidad de nutrientes, uso de cultivos de cobertura, mitigación de la erosión.

Agua (no se trata de un requisito para la certificación pero sí cuenta en lo que respecta a los requisitos de progreso): las fuentes de agua usadas para el procesado e irrigación deben estar registradas y ser legales; se debe evitar el desperdicio de agua, calculando el agua extraída; la dirección debe conocer las técnicas de mejora de eficiencia en el uso del agua; y deben existir zonas tampón para separar el agua de los residuos. El agua debe estar libre de residuos antes de la concesión del certificado y las aguas residuales no deben contaminar las fuentes de agua potable. Si hay superficies de agua que pueden representar un peligro para la salud humana, es recomendable (aunque no obligatorio) que se adopten medidas para mejorar la calidad del agua.

Residuos (no se trata de un requisito para la certificación pero sí cuenta en lo que respecta a los requisitos de progreso): debe haber un plan apropiado de gestión de residuos; limitaciones a la quema de residuos orgánicos; eliminación de los contenedores de plaguicidas, que no deben ser reutilizados; y las aguas residuales deben ser eliminadas en zonas especialmente reservadas para ello.

PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

0 1 **2** 3

Existen estándares con respecto a las fuentes de agua, a un uso eficiente del mismo, a las aguas residuales, a la protección de especies amenazadas, a la mejora de la biodiversidad, al respeto de las áreas protegidas y a la erosión del suelo.

Al cabo de seis años de certificación, las explotaciones agrícolas medianas y grandes deben controlar la fertilidad del suelo. Pero a las pequeñas explotaciones agrícolas no se les exige que controlen la fertilidad del suelo ni que apliquen fertilizantes de acuerdo con los resultados de dichos controles.

PROHIBICIÓN DE SUSTANCIAS PELIGROSAS

0 **1** 2 3

FTUSA publica una lista de plaguicidas prohibidos (en cualquier parte del proceso productivo), así como una lista de plaguicidas restringidos. Los plaguicidas restringidos solo están permitidos cuando otros métodos de control de plagas se han revelado ineficaces, cuando son acompañados de prácticas de mitigación de riesgos y cuando su uso es registrado y compartido con los auditores/as. Estas prohibiciones y restricciones se basan tanto en cuestiones de salud humana (de los trabajadores y trabajadoras agrícolas y de la comunidad) como de impacto medioambiental.

Si existen productos químicos de estas listas almacenados sobre el terreno, deben estar claramente marcados como "no usar en los cultivos de comercio justo". Todas las explotaciones agrícolas deben llevar a cabo una gestión del almacenamiento y transporte de materiales peligrosos antes de la concesión del certificado. Al cabo de seis años, las explotaciones deben seguir las directrices de tratamiento de ropa contaminada y de mezcla y carga de plaguicidas.

Al cabo de seis años, los agricultores deben contar con un plan integral de gestión de plagas y usar los plaguicidas autorizados solo de la forma apropiada y cuando sean necesarios, guardando registros de su uso.

Al cabo de seis años, las explotaciones agrícolas pequeñas y mediadas deben señalizar los lugares donde se hayan usado plaguicidas e indicar los plazos de seguridad para poder acceder de nuevo a ellos. Las grandes explotaciones agrícolas deben llevar esto a cabo inmediatamente.

Al cabo de seis años, los residuos peligrosos deben ser almacenados o eliminados a por lo menos 200 metros de distancia de las fuentes de agua. Al cabo de seis años, debe haberse desarrollado un plan de gestión de residuos para minimizar la contaminación y los riesgos para la salud.

Criterios de puntuación: 0 *El principio esencial está ausente;* 1 *El principio esencial queda insuficientemente abordado;* 2 *El principio esencial es efectivamente abordado, pero no en toda su extensión;* 3 *El estándar aborda plenamente al principio esencial del comercio justo y alcanza un grado de cumplimiento integral.*

PROHIBICIÓN DE LOS OGM

0 1 2 **3**

Los agricultores/as deben adoptar las medidas adecuadas para garantizar que sus cultivos destinados al comercio justo estén libres de organismos genéticamente modificados y deben poder demostrar el cumplimiento de este requisito mostrando los registros de las compras de semillas y asegurando la trazabilidad de estas hasta su origen.

Medidas de control

AUDITORÍA

Equipo auditor	0 1 2 **3**	El organismo de auditoría es el encargado de identificar a un auditor/a o equipo auditor con las competencias, la ubicación geográfica y el idioma adecuados para llevar a cabo la evaluación en función de su ámbito, así como de confirmar que no existe ningún potencial conflicto de intereses.
Reuniones	0 1 2 **3**	El equipo auditor debe reunirse con quien posee de la certificación antes de la auditoría para acordar el alcance y/o metodología de la misma, y tras esta para ofrecer una explicación general de sus hallazgos.
Control documental	0 1 2 **3**	La auditoría debe revisar las solicitudes de adhesión, los registros agroquímicos, la lista de productores y productoras, los informes anteriores de incumplimientos y el plan de acciones correctivas. También debe revisar otros documentos (p. ej., de políticas, objetivos, planes, procedimientos, instrucciones de trabajo, permisos y licencias) y registros (p. ej., nóminas, fichas de asistencia, registros sobre el terreno, contratos laborales, información sobre los cursos impartidos, registros de compras, quejas de los empleados/as).
Auditoría sobre el terreno	0 1 2 **3**	Todos los lugares de producción del poseedor del certificado y de sus subcontratas están sujetos a auditoría.
Entrevistas a productores/as y trabajadores/as	0 1 **2** 3	Fair Trade USA especifica cuántas entrevistas se llevarán a cabo (aproximadamente la raíz cuadrada del total de trabajadores/as), describe un método de muestreo representativo que incluye a los trabajadores/as de diferentes categorías de empleo y grupos, y sugiere que el equipo auditor observe a los trabajadores/as en sus actividades diarias.
Frecuencia de las inspecciones sobre el terreno	0 1 **2** 3	Tras la auditoría inicial, se deben realizar nuevas auditorías de "recertificación" cada tres años, así como auditorías de control entre medias.
Auditoría sorpresa	0 1 **2** 3	Están permitidas. Las auditorías de control o seguimiento, debido a denuncias de incumplimientos, a mitigación de riesgos o a otras razones, pueden ser anunciadas o no.

PUNTUACIÓN Y NORMAS		
Puntuación y acciones correctivas	0 **1** 2 3	Fair Trade USA posee dos tipos de criterios: esenciales y de progreso. Los criterios esenciales deben cumplirse en un determinado plazo de tiempo, algunos desde la certificación inicial (año 0) y otros deben cumplirse totalmente al cabo del año 6. Los criterios de progreso se conciben como un proceso de mejora continua, partiendo de un nivel mínimo de cumplimiento y demostrando progresos a lo largo del tiempo. Cada criterio de progreso vale una cantidad específica de puntos: 1, 3 o 5. Hay que lograr el 40% de estos puntos de progreso antes de la certificación inicial y hasta el año 2, el 70% de los puntos entre los años 3 y 5, y el cumplimiento pleno en el año 6. El poseedor del certificado puede elegir qué criterios de progreso quiere cumplir.
Suspensión / Retirada del certificado	0 **1** 2 3	Los incumplimientos deben resolverse en un plazo de seis meses. Las suspensiones (debido a incumplir criterios o a no haber sido capaces de corregirlos en el plazo concedido) se determinan caso por caso, a menudo en un plazo máximo de seis meses. Durante la suspensión, las órdenes de pedidos anteriormente firmadas pueden satisfacerse, mientras el volumen vendido no supere lo habitual, pero los afectados no pueden formular nuevos contratos de venta. Si quien posee un certificado es suspendido, las entidades compradoras deben cancelar las órdenes de pedidos que aún no hayan sido enviados.
COSTES Y TARIFAS ANUALES DE LA CERTIFICACIÓN		
Transparencia	0 1 2 **3**	No hay unos costes fijos de certificación, pues estos varían mucho en función del solicitante, de su estructura, disposición, tamaño, cantidad de trabajadores y trabajadoras y de los lugares de producción, su ubicación y distribución. Los organismos de evaluación de la conformidad (CAB, por sus siglas en inglés) reconocidos ofrecen sus servicios por coste total de la auditoría. Para ello, siguen las normas establecidas por FTUSA sobre requisitos de muestreo para auditorías (que incluyen reglas para calcular el número mínimo de lugares que deben visitar, el tiempo que deben pasar en cada lugar y un número mínimo de entrevistas a realizar), a las que suman los costes de desplazamiento para los miembros de sus equipos.
PROCEDIMIENTOS		
Reclamaciones, apelaciones y Procedimientos	0 1 **2** 3	Cualquiera puede presentar, de forma confidencial, una reclamación, alegación y/o apelación, ya sea en línea o vía postal, correo electrónico o fax. FTUSA se compromete a valorar y a responder a todas las reclamaciones y alegaciones, así como puede decidir iniciar una investigación formal, siguiendo los procedimientos establecidos por escrito. Pueden realizarse igualmente apelaciones solicitando una reconsideración formal de toda decisión, siguiendo los procedimientos establecidos por escrito. Se debe poner en marcha un sistema interno de sugerencias de los empleados en un plazo de 6 años. Aquellas empresas medianas y grandes donde no existan sindicatos democráticamente elegidos (que representen a todos los trabajadores), tienen un año para organizar un equipo de implicación social (SET, por sus siglas en inglés). El SET debe garantizar la concienciación y la eficacia de los procedimientos disciplinarios y de los sistemas de sugerencias, así como otras herramientas que faciliten la transparencia y comunicación entre los trabajadores/as y la dirección. -----

Reclamaciones, apelaciones y Procedimientos	0 1 **2** 3	El SET debe ser elegido por los trabajadores/as y ser representativo de los mismos, pero no se especifican. Los trabajadores pueden decidir que el comité de comercio justo (FTC, por sus siglas en inglés) cumpla también las funciones de SET. Es obligatorio ofrecer formación a los miembros del SET (que sin embargo no están obligados a seguir) en capacidades relevantes para su papel y para que sepan cómo identificar áreas de incumplimiento con los estándares de comercio justo.

Resumen

Fair Trade USA (FTUSA) ha desarrollado el sello Fair Trade Certified en 2012, como una escisión de Fairtrade International. Dicha escisión se debió a la intención de FTUSA de ampliar los límites del comercio justo mediante su iniciativa Fair Trade For All. Este plan incluía la apertura de la elegibilidad de las explotaciones agrícolas para incluir a un mayor número de grandes explotaciones o plantaciones en cultivos tradicionalmente realizados por explotaciones a pequeña escala, así como para incluir a más pequeños agricultores, aunque no estén organizados.

A pesar de su separación de Fairtrade International, siguió usando sus mismos estándares para pequeñas explotaciones hasta 2017, año en que combinó todas sus normas en un estándar agrícola único.

Fair Trade USA propone un umbral relativamente bajo para el uso de su sello, al requerir solo un 20% de ingredientes certificados para poder usarlo en la etiqueta principal del producto, lo que es comparable al umbral más bajo de Fairtrade International.

Por otro lado, su política de uso de las primas resulta problemática. El propósito de las primas es que sean usadas por organizaciones colectivas para fomentar el desarrollo de comunidades sostenibles. Pero este no es el caso de los criterios de FTUSA para sus primas, que pueden utilizarse para hacer pagos en efectivo a individuos, cubrir las tasas de certificación o que quien posea una explotación agrícola mediana o grande lleve a cabo inversiones.

FTUSA no ha logrado desarrollar una buena estructura de rendición de cuentas de los actores implicados mediante sus órganos de gobernanza, lo que les ha llevado a conceder sus certificaciones a actores controvertidos, como determinadas fábricas textiles o plantaciones cafeteras. Recientemente, por ejemplo, ha concedido su certificación a una filial de melones en Honduras de la multinacional Fyffe, famosa por sus abusos laborales; e incluso tras las quejas al respecto de la OIT y del departamento de empleo de EEUU, en 2018 mantenían su certificación. A finales de ese año, la sociedad civil presionó a FTUSA para que se la retirara. Problemas como este se producen por la falta de representación de los trabajadores y trabajadoras, tanto sobre el terreno como en la estructura de gobernanza de FTUSA.

© Fairtarde USA

Naturland Fair

Información básica sobre Naturland Fair

CONTACTO

Naturland Association for Organic Agriculture
Kleinhaderner Weg 1 - 82166 Gräfelfing, Deutschland.
Tel: +49 (0)1 89 -89 80 -0
Correo electrónico: naturland@naturland.de
Página web: www.naturland.de

PROPIEDAD DE LOS ESTÁNDARES

Los estándares y el sello son propiedad de la asociación sin ánimo de lucro Naturland e.V.

ORGANISMO DE CERTIFICACIÓN

Naturland como organismo de certificación.

Acreditado por IOAS en base al ISO/IEC 17065

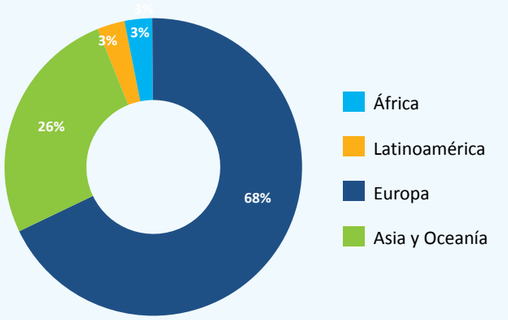
EQUIVALENCIAS Y RECONOCIMIENTOS

Naturland no reconoce a ningún otro sello como equivalente.

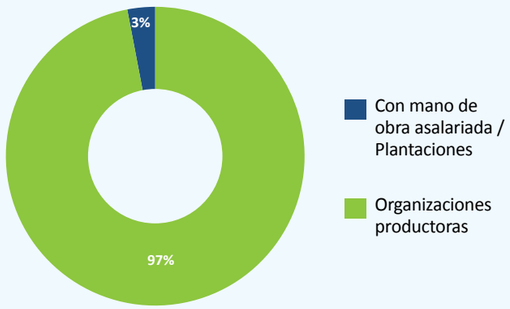
HISTORIA

Organización pionera en el sector ecológico europeo de los años ochenta, Naturland es ahora una de las mayores organizaciones internacionales que está promoviendo la agroecología en todo el mundo. Actualmente, más de 65.000 personas agricultoras, ganaderas, apicultoras, piscicultoras y pescadoras están gestionando unas 440.000 hectáreas en 58 países siguiendo los estándares de Naturland. Estos no solo cubren las actividades agropecuarias convencionales, sino también las modalidades ecológicas y sostenibles de apicultura, piscicultura, pesca y procesamiento alimentario, así como áreas no alimentarias como la gestión forestal, el sector cosmético y el textil, siempre desde planteamientos ecológicos. Los estándares sobre responsabilidad social forman parte integral del certificado de Naturland. Y con su certificado adicional Naturland Fair, esta organización está combinando el sector ecológico con el comercio justo bajo un mismo logotipo, aplicable a productos tanto del Norte como del Sur Global.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LOS GRUPOS PRODUCTORES POR CONTINENTES



TIPOLOGÍA DE LAS ORGANIZACIONES CERTIFICADAS (%)



ORGANISMOS DE GOBERNANZA Y DE PARTICIPACIÓN

- Cualquier miembro de Naturland puede ser elegido en la asamblea de delegados/as, que es el órgano de toma de decisiones más elevado en esta asociación. Solo los productores y productoras pueden ser miembros de esta asamblea, mientras que los procesadores e intermediarios comerciales pueden establecer una relación de partenariado con Naturland pero sin poder de voto. Los delegados/as son elegidos por los miembros de la asociación.
- La asamblea de delegados y delegadas reúne a todos los representantes elegidos y adopta decisiones sobre modificaciones propuestas a los estándares y sobre otros temas diversos. La asamblea delega la gestión en sí de los estándares en el comité de estándares, que propone las modificaciones y dirige los procesos de consultas.

Si bien cualquier cambio o desarrollo de dichos estándares debe ser validado por la asamblea de delegados/as.

Los miembros del comité de estándares son propuestos por el consejo de administración de la organización y son elegidos por la asamblea dedelegados/as.

- Las certificaciones y, por lo tanto, la decisión de si un grupo productor o empresa adquiere el derecho a vender sus productos con la referencia de los estándares de Naturland, es responsabilidad de los agentes de certificación de esta organización. Estos forman parte del comité de certificación de Naturland, que también incluye hasta 20 miembros de profesiones diversas (desde personal científico e investigador, productores y productoras varios, profesionales del procesamiento alimentario y especialistas en protección del público consumidor). Con ello se pretende que varios ámbitos profesionales y sociales estén allí representados, además de los expertos en requisitos de las áreas de agroecología, procesamiento y comercio justo.
- La asociación Naturland no es miembro de la Alianza ISEAL.

Normas relativas al uso del sello en los envases de los productos

Productos de un único ingrediente	Los productos consistentes en una única materia prima solo puede recibir el certificado de cumplimiento de los estándares de Naturland Fair si procede íntegramente del sector ecológico de Naturland y de relaciones de comercio justo, de acuerdo con la lista de prioridades de Naturland Fair.
Productos compuestos	Un producto compuesto puede recibir el certificado de Naturland Fair siempre que la proporción de ingredientes procedentes de relaciones de comercio justo, en base a la lista de prioridades de Naturland Fair, supere el 50% del contenido del producto (según peso neto de las materias primas agrícolas procesadas, sin contar el agua ni la sal añadidas), y se pueda probar que el resto de ingredientes no están disponibles con la calidad suficiente en el mercado de comercio justo. La lista de prioridades de Naturland Fair es la siguiente: a. La prioridad máxima se otorga al uso de materias primas certificadas mediante los estándares de Naturland Fair. b. Las materias primas certificadas por otros estándares de comercio justo también pueden utilizarse, siempre que hayan sido aprobadas por escrito por el comité de certificación de Naturland y tras una verificación de la equivalencia de su modelo de certificación.

Naturland Fair | Condiciones de elegibilidad

ALCANCE GEOGRÁFICO		
Países en desarrollo	✔	Este sello es aplicable a sectores y organizaciones productoras ubicadas tanto en países del Sur como del Norte. Naturland se basa en la lista de criterios CAD de la OCDE para definir qué países del Sur son elegibles para sus certificados. Se trata de grupos productores de "regiones económicamente desfavorecidas".
Países de la OCDE	✔	

REQUISITOS ESPECÍFICOS		
Responsabilidad social	✔	Para ser elegible para un certificado Naturland Fair, toda organización debe cumplir con los requisitos del sello, que incluyen: · Cumplimiento de los requisitos agroecológicos de Naturland (conversión integral de toda la explotación agrícola); · Cumplimiento de los requisitos de responsabilidad social de Naturland, que forman parte de cada uno de sus estándares.
Certificado ecológico	✔	

TIPOS DE ORGANIZACIÓN		
Organizaciones productoras	✔	El certificado Naturland está abierto a las organizaciones productoras (con o sin instalaciones de procesamiento), a productores y productoras individuales y a plantaciones. Las plantaciones solo son elegibles para el certificado Naturland Fair si ofrecen productos que no están disponibles por parte de pequeños grupos productores. Naturland ha desarrollado un estándar único para las tres situaciones (organizaciones productoras, agricultura por contrato y explotaciones con trabajo asalariado). Sin embargo, ha desarrollado también listas de control específicas, basadas en sus estándares, y las ha adaptado a productores y productoras del Sur y del Norte, a entidades compradoras y a intermediarios que comercian con productos del Norte o del Sur Global. Naturland no impone criterios como las dimensiones, los beneficios o el número de empleados para restringir la solicitud de certificación solo a pequeñas explotaciones agrícolas, aunque para ser considerado una de estas la explotación debe ser gestionada principalmente gracias a la mano de obra familiar. Las empresas con el certificado Naturland deben dar preferencia a las materias primas de pequeños grupos productores. Solo cuando un producto no está disponible entre estos, las empresas tienen permiso para buscar productos en plantaciones. La agricultura por contrato es aceptada en términos generales y sin quedar restringida a determinados productos o áreas geográficas. Los productores y productoras son integrados por medio de un sistema de control interno (ICS, por sus siglas en inglés).
Agricultura/ Producción por contrato	✔	
Mano de obra asalariada / Plantaciones	✔	

INSPECCIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO			
Grupos de producción	✔	Todos los grupos de producción (organizaciones productoras, plantaciones y productores/as por contrato) deben estar sometidos a inspección.	Se debe inspeccionar integralmente cada uno de los elementos de la cadena de suministro, comprobando aspectos como la trazabilidad y la responsabilidad social. --->
Primeras entidades compradoras	✔	Todas las primeras entidades compradoras, intermediarios comerciales y entidades propietarias de marcas deben ser siempre auditados. Se les aplica la lista de control para "Compradores o procesadores de bienes de regiones económicamente desfavorecidas" y la lista de control para "Procesadores de bienes de países de la OCDE", que también incluye requisitos de responsabilidad social corporativa. --->	

Criterios de puntuación: 0 *El principio esencial está ausente;* 1 *El principio esencial queda insuficientemente abordado;* 2 *El principio esencial es efectivamente abordado, pero no en toda su extensión;* 3 *El estándar aborda plenamente al principio esencial del comercio justo y alcanza un grado de cumplimiento integral.*

Intermediarios	✔	---> Los grupos compradores y procesadores certificados deben conceder preferencia a los grupos socialmente desfavorecidos.	---> Naturland exige un compromiso total por parte de las organizaciones certificadas. Los requisitos de responsabilidad social están además incorporados a todos los estándares de Naturland.
Propiedad de marca	✔		
Minoristas	Ø	Los minoristas solo son inspeccionados si los productos de su propia marca tienen el certificado Naturland Fair.	

REQUISITOS DE TRAZABILIDAD		
Trazabilidad física	✔	Se requiere trazabilidad física y documental.
Trazabilidad documental	✔	

Análisis del sello

CRITERIOS ECONÓMICOS

PRECIO JUSTO

0 1 2 **3**

Naturland tiene en cuenta tres situaciones diferentes:

- Los precios justos deben ser fijados conjuntamente entre entidades productoras y compradoras, y deben reflejar los costes medios de producción en el contexto local, así como márgenes adecuados para las organizaciones productoras.
- Si no es posible calcular el coste de producción local de un producto, se pagará el precio mínimo de comercio justo internacionalmente establecido.
- Y si no existe un precio justo mínimo internacional para un producto, se deberá pagar un precio que supere en por lo menos 10% el precio de mercado.

PRIMAS PARA PROYECTOS COLECTIVOS

0 1 **2** 3

Se pagará la prima internacionalmente establecida, allí donde exista (con las primas de Fairtrade International como referencia orientativa). En su ausencia, quienes compran deberán pagar una prima mínima del 10% además del precio justo. Aunque como medida de transición, Naturland permite a entidades compradoras incluir esta prima directamente en el precio justo. En tal caso, el precio justo que incluye la prima debe superar como mínimo en un 10% el precio del mercado.

ACCESO A LA FINANCIACIÓN O PREFINANCIACIÓN

0 1 2 **3**

Las entidades compradoras deben facilitar la prefinanciación si así lo solicitan las organizaciones productoras. La prefinanciación debe suponer un máximo del 60% del volumen contratado. Las tasas de interés de la prefinanciación no deben superar a las tasas aplicadas a la refinanciación de créditos a procesadores o importadores.

Naturland Fair | Análisis del sello

CRITERIOS ECONÓMICOS

COMPROMISO DE COMPRA A LARGO PLAZO

0 1 **2** 3

Naturland considera que el control de la calidad y un diálogo franco constituyen parte integral de toda colaboración sana entre organizaciones productoras y compradoras. Por ello, ha decidido deliberadamente no fijar una duración mínima de los contratos entre estos. En vez de ello, Naturland promueve y comprueba los intercambios de información sobre la planificación de cantidades anualmente comprometidas y sobre cambios en el suministro, para asegurar partenariados estables a largo plazo.

TRAZABILIDAD

0 1 2 **3**

Naturland posee sus propios estándares específicos de procesamiento de la mayoría de las materias primas y exige una trazabilidad integral de los productos.

CRITERIOS SOCIALES

CONVENIOS DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO

0 1 2 **3**

Los estándares de Naturland exigen el respeto de los convenios y recomendaciones de la OIT. Incluye también requisitos especiales para aquellos países donde el derecho de libre asociación y de negociación colectiva están restringidos por ley.

POLÍTICAS DE BAJAS POR MATERNIDAD, ENFERMEDAD Y JUBILACIÓN

0 1 2 **3**

Toda organización certificada debe aportar una cobertura social básica en cuestiones de maternidad, enfermedad y jubilación a todos sus trabajadores/as fijos.

COMPENSACIONES JUSTAS PARA TRABAJADORES Y TRABAJADORAS

0 1 **2** 3

Los trabajadores/as deben cobrar por lo menos el salario mínimo nacional oficial o el que determine el convenio colectivo, según cuál sea más elevado. Naturland no incluye en sus estándares, sin embargo, el requisito de pagar salarios dignos.

TRATO IGUALITARIO A TODOS LOS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS

0 1 2 **3**

Se comprueba con regularidad que se esté aplicando un trato igualitario en términos salariales, sociales, etc. Además, las empresas auditoras deben comprobar igualmente que los empleadores no estén contratando y despidiendo continuamente a trabajadores/as para evitar sus obligaciones hacia la seguridad social. Este sello también se centra explícitamente en la protección de las mujeres trabajadoras en materia de acoso sexual.

Criterios de puntuación: 0 *El principio esencial está ausente;* 1 *El principio esencial queda insuficientemente abordado;* 2 *El principio esencial es efectivamente abordado, pero no en toda su extensión;* 3 *El estándar aborda plenamente al principio esencial del comercio justo y alcanza un grado de cumplimiento integral.*

CRITERIOS DE GOBERNANZA

ACCESIBILIDAD PARA ORGANIZACIONES PRODUCTORAS Y TRABAJADORES Y TRABAJADORAS MARGINADOS

0 1 2 **3**

Entidades compradoras y procesadoras deben priorizar aquellos productos procedentes de organizaciones de pequeños grupos productores en aquellas regiones económicamente desfavorecidas, con el fin de luchar contra la pobreza, mejorar su seguridad alimentaria e incrementar su productividad.

DESARROLLO DE LAS CAPACIDADES

0 1 2 **3**

Organizaciones productoras

Las organizaciones productoras deben implementar, con el apoyo de las compradoras, iniciativas de desarrollo de las capacidades de sus miembros y trabajadores/as. Naturland ofrece una lista de posibles actividades, a modo de orientaciones para las organizaciones productoras.

0 1 2 **3**

Mano de obra asalariada / Plantaciones

Se debe ofrecer regularmente a todos los trabajadores y trabajadoras cursos de formación y la posibilidad de mejorar su preparación.

0 1 2 **3**

Agricultura / Producción por contrato

Se debe ofrecer a los productores y productoras la posibilidad de ampliar su formación, así como proyectos de mejora del personal y del desarrollo organizacional, contando con el apoyo de las entidades compradoras (o procesadoras), con el fin de promover sus capacidades de organización y de gestión, así como de alentar la formación de cooperativas o asociaciones de productores y productoras.

LOS DERECHOS DE LAS POBLACIONES INDÍGENAS

0 1 2 **3**

Toda organización certificada debe cumplir con la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de las Poblaciones Indígenas.

TRANSPARENCIA INFORMATIVA EN LA GESTIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PRODUCTORA

0 1 2 **3**

Las organizaciones productoras deben definir en un documento cómo van a implementar los estándares Naturland Fair. Deben establecer una política participativa que incluya a empleados/as, trabajadores/as, miembros y productores/as en el proceso de toma de decisiones. La transparencia constituye un prerrequisito esencial en todas las relaciones de Naturland Fair.

TOMA DE DECISIONES DEMOCRÁTICA PARA ORGANIZACIONES COLECTIVAS DERECHOS DE NEGOCIACIÓN COLECTIVA DEL PERSONAL ASALARIADO

0 1 **2** 3

En Naturland la negociación colectiva constituye un requisito que se fomenta activamente.
Todas las organizaciones deben reunirse con regularidad, ya sea en encuentros grupales o en asamblea general. Los resultados y actas de dichas reuniones deben estar siempre disponibles. Naturland no especifica, sin embargo, el funcionamiento democrático de dichas reuniones.

NO DISCRIMINACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES PRODUCTORAS

0 1 2 **3**

Naturland prohíbe cualquier tipo de discriminación basada en la raza, religión, género, orientación sexual, modelo familiar, origen social y opinión o adhesión política.

CRITERIOS DE GOBERNANZA

CONTROL DE LA GESTIÓN DEMOCRÁTICA DE LAS PRIMAS DE DESARROLLO

0 1 2 **3**	**Organizaciones productoras**	La gestión de las primas de comercio justo debe recaer en un órgano decisorio democráticamente elegido en algún tipo de reunión plenaria de productores/as y/o trabajadores/as. Dicho órgano debe redactar un informe anual sobre todas las actividades financiadas mediante estas primas y difundirlo a los productores y productoras.
0 1 **2** 3	**Trabajo asalariado / Plantaciones y agricultura / Producción por contrato**	La gestión de las primas de comercio justo debe recaer en un órgano decisorio democráticamente elegido en algún tipo de reunión plenaria de productores/as y/o trabajadores/as. Los diversos grupos de actores implicados (productores/as, empleados de las diferentes unidades operativas, miembros de la dirección) deben estar presentes durante dicha reunión y deben ser considerados adecuadamente como posibles beneficiarios/as de las primas.

CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES

REDUCCIÓN DE LOS IMPACTOS MEDIOAMBIENTALES DE LAS ACTIVIDADES (GESTIÓN DE LA ENERGÍA, DEL AGUA Y DE LOS RESIDUOS)

0 1 2 **3**

Naturland Fair y sus estándares ecológicos son amplios y precisos en los siguientes aspectos:

- La energía debe usarse de la forma más eficiente posible y deben priorizarse las fuentes de energía renovable.
- Los recursos naturales de agua y suelo deben usarse cuidadosamente y con especial respeto a la sostenibilidad.
- Los residuos deben ser eliminados de manera respetuosa con el medio ambiente o bien ser reciclados. Los residuos orgánicos deben ser reutilizados y preferiblemente compostados.

PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

0 1 2 **3**

Se deben minimizar los daños provocados a los ecosistemas. Naturland anima a seguir toda una variedad de modelos de gestión agrícola y de las semillas que protejan la biodiversidad.

PROHIBICIÓN DE SUSTANCIAS PELIGROSAS

0 1 2 **3**

Se prohíbe el uso de sustancias químicas sintéticas y de reguladores del crecimiento.

PROHIBICIÓN DE LOS OGM

0 1 2 **3**

Los OGM están prohibidos e incluso su uso involuntario puede conllevar la retirada del certificado.

Medidas de control

AUDITORÍA

Equipo auditor	0 1 2 **3**	Naturland confía la inspección a organismos de certificación. Una exigencia básica para los mismos es la autorización local de aplicar el reglamento ecológico de la UE y a la norma aprobada DIN ISO 17065. Todos los auditores y auditoras que llevan a cabo las inspecciones de Naturland deben seguir de forma regular los cursos de este sello sobre estándares ecológicos, sociales y de comercio justo. Para asegurar la calidad de las auditorías de Naturland Fair, este sello acompaña de forma regular auditorías en todo el mundo.
Reuniones	0 1 2 **3**	Se debe planificar una reunión inicial durante la inspección sobre el terreno. En ella, el equipo auditor debe presentar la metodología de evaluación y ofrecer un plan de evaluación. También hay que planificar una reunión de cierre, que debe incluir una presentación de los resultados de la evaluación y de los incumplimientos detectados.
Control documental	0 1 2 **3**	Este control debe incluir la revisión: del sistema de control interno; de todos los documentos relacionados con las fichas del personal y de los puestos directivos (contratos, datos personales, etc.); de los registros de compra; de los certificados de proveedores y de la documentación de ventas; del informe anual sobre el uso de las primas; del seguimiento de los registros sobre los productos. La inspección de los grupos de producción debe centrarse principalmente en sus sistemas de control interno y valorar si estos son funcionales y ofrecen la información necesaria para evaluar el cumplimiento de los estándares de Naturland.
Auditoría sobre el terreno	0 1 2 **3**	El equipo auditor debe llevar a cabo un inventario completo para revisar cómo se realiza el procesamiento, etiquetado y transporte de los productos. También debe concertar reuniones con el personal trabajador y directivo, así como asistir a una de las reuniones de la organización.
Entrevistas a productores/as y trabajadores/as	0 1 2 **3**	Todas las personas productoras y trabajadoras implicados deben ser entrevistadas (directrices precisas). El sistema de Naturland exige que se realice una comprobación de las condiciones laborales de los trabajadores/as empleados en pequeñas explotaciones.
Frecuencia	0 1 2 **3**	Las inspecciones se realizan con una frecuencia anual. Adicionalmente, los representantes de Naturland realizan visitas sobre el terreno.
Auditoría sorpresa	0 1 2 **3**	Naturland puede llevar a cabo auditorías no anunciadas cuando lo considere necesario; por lo menos un 10% de las auditorías deben hacerse por sorpresa.

PUNTUACIÓN Y NORMAS

Puntuación	0 1 2 **3**	Naturland Fair tiene un sistema de puntuación de 0-4. En cada indicador se debe lograr puntuar un mínimo de 2. Para lograr el certificado, resulta imprescindible lograr una puntuación suficiente en los criterios mínimos. El incumplimiento reiterado de un criterio conlleva la obligación de adoptar acciones correctivas.

Naturland Fair | Medidas de control

PUNTUACIÓN Y NORMAS		
Acciones correctivas	0 1 2 **3**	En caso de incumplimiento, el grupo de producción debe adoptar medidas correctivas o de mitigación apropiadas de acuerdo con el catálogo de sanciones, así como añadirlas a su sistema de control interno. Las entidades certificadoras determinan los plazos para la implementación de dichas medidas correctivas.
Suspensión / Retirada del certificado	0 1 2 **3**	En función de la gravedad de los incumplimientos (según los criterios al respecto incluidos en las listas de control), se puede mantener o retirar el certificado.
COSTES DE CERTIFICACIÓN Y DE AFILIACIÓN		
Transparencia	0 1 2 **3**	Naturland trabaja con más de 60 organismos de certificación externa acreditados. Sus costes de inspección son independientes de Naturland y se calculan en base a una tarifa diaria aplicada al tiempo dedicado por el auditor a inspeccionar sobre el terreno, a desplazarse y a redactar informes. Adicionalmente, los grupos productores certificados por Naturland deben pagar una tasa de afiliación, comunicada antes de cerrar el contrato pero que no está disponible para su consulta en línea.
PROCEDIMIENTOS		
Procedimientos de reclamaciones, apelaciones y alegaciones	0 1 2 **3**	Cualquiera (consumidores/as, los grupos objetivos de Naturland, cualquier tipo de trabajador, las pequeñas explotaciones, etc.) pueden realizar reclamaciones a Naturland (o al respectivo auditor) sobre incumplimientos. La práctica habitual para reclamaciones sobre cuestiones que entren en la esfera de responsabilidad de Naturland consiste en remitirlas a su sede en Gräfeling, Alemania.

Resumen

Pionera en el sector ecológico alemán, Naturland se ha acabado convirtiendo en una organización internacional activa en un amplio abanico de áreas (desde gestión forestal hasta pesca sostenible, pasando por cosméticos, textil, etc.) y ha creado también varios estándares dedicados a bienes no cubiertos por el sello de "agricultura ecológica".

Naturland Fair, presentado en 2010, es producto de un proceso de consulta a múltiples partes interesadas, organizaciones y empresas, y es propiedad de los grupos productores de Naturland. El sello "Naturland Fair" certifica productos procesados por empresas ya certificadas con los estándares de Naturland, con requisitos relacionados con la responsabilidad social corporativa y con la producción ecológica. Naturland Fair ha sido uno de los primeros sellos —junto con Bio Solidaire y Fair for Life— en abrir sus certificados a grupos productores de países de la OCDE, y desde entonces ha certificado productos innovadores elaborados con ingredientes de comercio justo procedentes tanto de países del Norte como del Sur (como el lanzamiento en 2011 del primer chocolate totalmente de comercio justo, incluida la leche). Naturland fomenta el compromiso global de sus miembros y lo respalda mediante un logotipo específico llamado "Naturland Partner".

Presta especial atención a los modelos agrícolas y a cuestiones de seguridad alimentaria: sus procesos fomentan el apoyo a las pequeñas explotaciones agrícolas y exige que el 80% de los ingredientes de los productos procedan de fuentes locales. La asociación Naturland lleva también a cabo labores de incidencia política y de concienciación para transformar las reglas internacionales que rigen la producción agrícola y las relaciones comerciales.

© Archivo CECJ

Símbolo de Pequeños Productores (SPP)

Información básica sobre SPP

CONTACTO

SPP GLOBAL
Calzada de Tlalpan 3267,
Santa Úrsula Coapa, Coyoacán
Ciudad de México. C.P. 04650.
Tel: +52 (01)1 55 -52 -64 -05
Correo electrónico: info@spp.coop

PROPIEDAD DE LOS ESTÁNDARES

Símbolo de Pequeños Productores Global A.C. (SPP Global, organización sin ánimo de lucro).

ORGANISMO DE CERTIFICACIÓN

Los organismos de certificación son elegidos por SPP Global, que ha acreditado a diez entidades (lista abierta): Certimex, Biolatina, Mayacert, BCS-Öko Garantie, Imocert, Biotrópico, Control Union Peru, Ceres, QCS y TERO.

EQUIVALENCIAS Y RECONOCIMIENTOS

No existe un sistema de equivalencias.

HISTORIA

El Símbolo de Pequeños Productores (SPP) es una iniciativa surgida en 2006 de mano de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC). Actualmente miembro de Fairtrade International, la CLAC decidió entonces crear y gestionar su propio sello —exclusivamente dirigido a pequeños grupos productores organizados— tras la ampliación del sello de Fairtrade a plantaciones y a agricultores/as por contrato. La CLAC mantuvo su asociación con Fairtrade International y adoptó una nueva constitución con el fin de incluir a una representación de los trabajadores y trabajadoras.

También creó la FUNDEPPO (Fundación de Pequeños Productores Organizados), con el fin de gestionar el sello SPP. En 2012, la CLAC transfirió toda la propiedad de este sello a SPP Global (antigua FUNDEPPO).

SPP Global ha desarrollado una definición muy precisa de los "pequeños productores" (que exponemos en el siguiente apartado), con el fin de asegurar de que su sello beneficie realmente a estos actores. La principal particularidad del sello SPP es que solo trabaja con organizaciones de pequeños productores, excluyendo a las plantaciones así como a pequeños productores no organizados.

ORGANISMOS DE GOBERNANZA Y DE PARTICIPACIÓN

Las organizaciones productoras se hallan ampliamente representadas y con derecho a voto en todos los órganos de toma de decisiones de SPP Global:

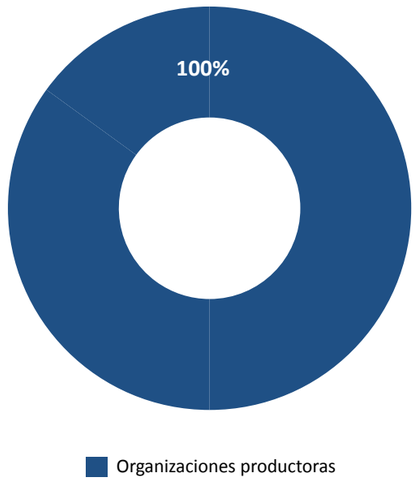
- **La Asamblea General** es donde se adoptan todas las decisiones estratégicas. Se compone de todas las organizaciones productoras certificadas, denominadas "miembros propietarios". Poseen el 100% del derecho a voto en la Asamblea General. Existen dos otros tipos de miembros en esta asamblea. Los "miembros solidarios", que son redes de productores y productoras, colaboradores comerciales registrados en el SPP, asociaciones locales del SPP y otras organizaciones aliadas. Los "miembros honorarios", que son organizaciones productoras o productores/as individuales con un amplio historial de relación con el sello, como la CLAC. Cada tres años, la Asamblea General elige al Consejo de Administración, al Consejo de Supervisión y al Comité de Estándares y Procedimientos.
- **El Consejo de Administración** asegura la representación legal, la administración y la gestión económica de SPP Global, además de nombrar a los miembros de los comités ad hoc. Dos tercios de los asientos de este consejo están reservados para las organizaciones productoras, que poseen además un acceso exclusivo a los puestos claves (presidente, vicepresidente, secretario general y tesorero). El restante 33% está compuesto por 3 representantes de los socios comerciales, 2 de países del Norte y 1 de países del Sur. Su composición pretende además respetar el principio de diversidad: cada miembro representa a una región diferente (en la medida de lo posible).
- **El Consejo de Supervisión** se hace cargo de asegurar el funcionamiento adecuado de la asociación y de controlar sus cuentas. Está presidido por un representante de los productores y productoras. Este órgano también incluye a un representante de los socios comerciales y a otro de las organizaciones aliadas.
- **EL Comité de Estándares y Procedimientos** es la entidad responsable de desarrollar los estándares y procedimientos para el SPP, incluyendo las políticas de precios. Dos tercios de sus miembros son representantes de las organizaciones productoras. El tercio restante está compuesto de representantes de entidades compradoras registradas y de organizaciones aliadas.

PROMOCIÓN Y CONCIENCIACIÓN / INCIDENCIA POLÍTICA

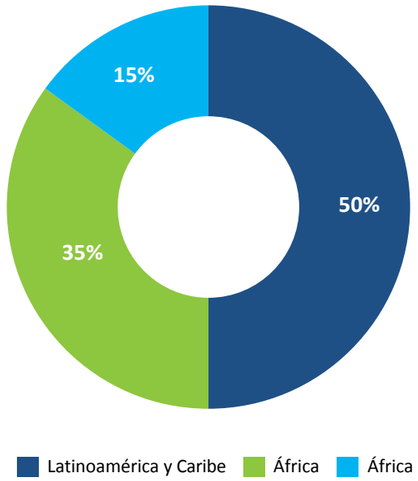
SPP Global promueve el comercio justo con pequeños grupos productores y el aumento de la concienciación del público consumidor, de las empresas y del público en general, a través de varias asociaciones locales vinculadas al SPP y ubicadas en los países consumidores (en Europa y Norteamérica) y en los países productores (Ecuador, Perú, México, Guatemala, Nicaragua, Colombia y una serie de redes africanas y asiáticas que se están desarrollando actualmente). Estas asociaciones representan al sello ante los actores de las redes de la sociedad civil y de las instituciones públicas.

SPP Global también fomenta que las entidades compradoras apoyen voluntariamente a proyectos de las organizaciones productoras, bajo el título de "contribuciones globales" y en temáticas como: el cambio climático, el empoderamiento de las mujeres, el compromiso de los jóvenes, la calidad de los productos, la soberanía alimentaria y la economía local.

TIPOLOGÍA DE LAS ORGANIZACIONES CERTIFICADAS %



DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LOS GRUPOS PRODUCTORES



Normas relativas al uso del sello en los envases de los productos

Productos de un único ingrediente	Aquellos productos acabados con un único ingrediente deben consistir exclusivamente (100%) en materias primas certificadas por el SPP.
Productos compuestos	En el caso de productos acabados compuestos de varios ingredientes o materias primas esencialmente diferentes, todos estos, ya sean ingredientes principales o secundarios, deben contar con un certificado SPP, siempre que estén disponibles. Se considera que un ingrediente específico está disponible si existe información sobre él, si reúne las características necesarias y si es posible obtenerlo en un plazo de tiempo razonable y a un coste que no resulte desproporcionado. En caso de que haya algún ingrediente que no esté disponible, su alternativa debe proceder de una organización de pequeños productores y, si esto no fuera posible, se debe enviar una petición de exención temporal a SPP Global. En cualquier caso, por lo menos un 50% del peso total de un producto (excluyendo el peso de los vehículos líquidos) debe estar certificado con el sello SPP y, en todos los casos, se debe informar al consumidor/a de forma clara qué ingredientes y en qué porcentaje están certificados bajo del Símbolo de Pequeños Productores. Medidas transitorias para productos cuyos ingredientes principales certificados representen menos de la mitad de su peso total: · El producto podrá certificarse como SPP si dichos ingredientes principales certificados representan por lo menos el 25% del producto final y · Que al cabo de dos años, los ingredientes certificados por SPP supongan por lo menos el 50% del peso total de producto.

Condiciones de elegibilidad

ALCANCE GEOGRÁFICO		
Países en desarrollo	✔	Los estándares son aplicables a productos agrícolas, artesanos y apícolas de organizaciones de pequeños productores en Latinoamérica y Caribe, así como en países en desarrollo de África y Asia, y están abiertos a otros productos mediante un procedimiento de solicitud. Los productos finales con el sello SPP pueden ser vendidos a través de empresas registradas en el SPP y ubicadas tanto en los países en desarrollo como en los desarrollados. Las organizaciones productoras también pueden vender por sí mismas los productos finales con el sello SPP sin necesidad de pagar por el uso del sello.
Países de la OCDE	Ø	

REQUISITOS ESPECÍFICOS		
Certificado ecológico	✔	SPP Global anima a la transición de las organizaciones productoras hacia la agricultura ecológica por medio de una prima específica. SPP ha iniciado un proceso para reforzar sus criterios medioambientales, por lo que ha introducido una cláusula en sus estándares en 2018 (que luego fue ajustada en febrero de 2019) que estipula que los productos con el sello SPP de todas las nuevas organizaciones deben obtener el certificado ecológico, mientras dure el proceso de reformulación del criterio medioambiental. Esta cláusula va a ser revisada al final de dicho proceso (que se espera que sea a mediados de 2020).

TIPOS DE ORGANIZACIÓN		
Organizaciones productoras	✔	La principal prioridad del sello SPP consiste en trabajar solo con organizaciones de pequeños grupos productores, en las que por lo menos el 85% de los mismos no excedan los siguientes límites en cuanto a dimensiones: · Agricultura: 15 hectáreas en producción. · Agricultura de invernadero: 1 hectárea en producción. · Apicultura: 500 colmenas en producción. · Un máximo del 15% de los productores/as pueden incluso doblar los parámetros anteriores. En caso de existir algún pro ductor/a aislado que supera dichos parámetros de dimensiones, se debe presentar a SPP Global una solicitud de permiso especial, con una justificación apropiada, de manera que dicha organización pueda finalmente obtener el certificado. · Existen igualmente otras excepciones, en este caso de una mayor restricción en las dimensiones, expuestas en el anexo de los estándares sobre Parámetros Específicos: plátanos (100% de los productores/as <10 ha), especias (100% <1 ha) y quinoa (100% <3 ha).
Agricultura / Producción por contrato	Ø	
Mano de obra asalariada / Plantaciones	Ø	

INSPECCIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO		
Grupos de producción	✔	Cuando una organización de producción a pequeña escala solicita el certificado, uno de los organismos independientes autorizados por SPP Global se encarga de llevar a cabo las inspecciones. Estas tienen una frecuencia anual.
Primeras entidades compradoras	✔	Las primeras entidades compradoras, intermediarios comerciales y propietarias de marcas deben registrarse. Quedan sometidos a un control anual, que cada tres años se realiza sobre el terreno. Existen dos excepciones a esta norma: · Si no existen transacciones de productos con el sello SPP, pueden quedar exentos de la inspección trienal sobre el terreno, sustituyéndose esta por un control documental. Pero si se producen nuevas transacciones de productos SPP, estas requieren un control sobre el terreno, que a partir de entonces será trienal. · Si las transacciones de productos SPP superan los 3.000.000 de dólares estadounidenses, todas las inspecciones se realizarán sobre el terreno. Los controles se extienden también a los acuerdos comerciales con las organizaciones de productores (existencia de contratos comerciales, respeto de los precios mínimos, etc.). También se extiende a todos los métodos implantados para asegurar la trazabilidad física del producto.
Intermediarios	✔	
Propiedad de marca	✔	
Minoristas	Ø	Cuando los productos son procesados y envasados por una organización que ya posee el sello SPP, los minoristas quedan exentos de controles. Pero en el caso de pequeñas marcas comerciales que vendan a granel y estén registradas en el Registro Colectivo del Reglamento para Pequeños Compradores, se realizan inspecciones presenciales en una muestra de tiendas.

TRAZABILIDAD		
Trazabilidad física	✔	Se requiere trazabilidad física y documental.
Trazabilidad documental	✔	

Símbolo de Pequeños Productores | Análisis del sello

CRITERIOS ECONÓMICOS

PRECIO JUSTO

0 1 2 **3**

SPP Global estipula unos precios mínimos para los diferentes productos, que son revisados cada cinco años o cuando se estima necesario. A aquellos productores/as de agricultura ecológica se les paga una prima (añadida al precio) denominada "reconocimiento ecológico".

PRIMAS PARA PROYECTOS COLECTIVOS

0 1 2 **3**

SPP Global establece, por cada producto certificado, una prima ("incentivo") para el desarrollo colectivo.

ACCESO A LA FINANCIACIÓN O PREFINANCIACIÓN

0 1 2 **3**

Cuando así lo soliciten las organizaciones de producción a pequeña escala, la entidad compradora o intermediario comercial debe facilitar una prefinanciación del contrato de compra que suponga por lo menos el 60% del total del mismo.

COMPROMISO DE COMPRA A LARGO PLAZO

0 1 2 **3**

Al final del segundo año de certificación, todas las entidades compradoras deben comprometerse a adquirir a organizaciones productoras con certificado SPP por lo menos el 5% del valor de todos los productos que compren que estén disponibles en estas organizaciones.

Tras el segundo año, el sello SPP exige la adopción de un enfoque de mejoras progresivas, de manera que quienes compran vayan incrementando sus compras de productos de este sello a razón de un 5% anual hasta alcanzar el nivel mínimo del 25%.

TRAZABILIDAD

0 1 2 **3**

Las organizaciones de producción a pequeña escala deben elaborar métodos y registros para hacer seguimiento del flujo de productos desde el terreno de cultivo hasta los almacenes y su venta por parte de dichas organizaciones. Los registros internos relacionado con este flujo de productos deben ser gestionados por las propias organizaciones de pequeños productores y deben poder verificarse en cualquier momento. Si existen procesos externalizados, es responsabilidad de estas organizaciones supervisar a las entidades subcontratadas.

Las entidades compradoras deben poseer también sistemas de registro de sus compras, actividades de procesamiento y ventas que posibiliten la trazabilidad física de los productos comprados, procesados y/o vendidos.

Nota: SPP es uno de los pocos sellos que fomenta y valora la compra de productos totalmente procesados (o casi totalmente, en la medida de lo posible) a las organizaciones productoras. Este criterio forma parte del enfoque de mejoras progresivas tanto para las entidades compradoras como para las productoras. Para ello, establece descuentos en las tarifas de uso del sello SPP para la compra de directa a organizaciones productoras certificadas de productos acabados en origen o bien procesados en su país de origen.

Criterios de puntuación: 0 *El principio esencial está ausente;* 1 *El principio esencial queda insuficientemente abordado;* 2 *El principio esencial es efectivamente abordado, pero no en toda su extensión;* 3 *El estándar aborda plenamente al principio esencial del comercio justo y alcanza un grado de cumplimiento integral.*

CRITERIOS SOCIALES

CONVENIOS DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO

0 1 2 **3**

En lo que respecta a las condiciones labores, SPP Global exige a las organizaciones productoras que cumplan con la legislación laboral vigente y con los 11 convenios de la OIT.

Existen requisitos sobre la seguridad laboral y la prohibición de toda práctica discriminatoria (como las pruebas de maternidad o de salud para la contratación), de castigo físico, acoso o trabajo forzoso. Para aquellas organizaciones con más de 25 empleados, se exige la existencia de un comité de empresa y de un diálogo continuo con este por parte de la dirección

COMPENSACIONES JUSTAS PARA LOS TRABAJADORES/AS CONTRATADOS

0 1 **2** 3

El sello SPP limita las dimensiones de las unidades productivas de cada explotación agrícola y restringe las contrataciones de mano de obra. Pero en la mayoría de los casos, la mano de obra de sus organizaciones está compuesta por miembros familiares. Esta es la razón por la cual sus requisitos relativos a los criterios sociales son menos específicos que los estándares de otros sellos.

POLÍTICAS DE BAJAS POR MATERNIDAD, ENFERMEDAD Y JUBILACIÓN

0 1 **2** 3

SPP Global exige a las organizaciones productoras con su sello que cumplan con la legislación vigente al respecto. Según su enfoque de mejoras progresivas, las organizaciones certificadas deben asegurar que las condiciones laborales de los empleados se vayan adaptando al contexto local. La valoración del cumplimiento de este criterio se deja al juicio de la organización auditora.

TRATO IGUALITARIO A TODOS LOS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS

0 1 **2** 3

Toda organización certificada debe cumplir con la legislación nacional vigente, en materia de contratación de trabajadores y trabajadoras permanentes, temporales e inmigrantes.
Todos los trabajadores y trabajadoras deben recibir un trato igualitario.

CRITERIOS DE GOBERNANZA

TOMA DE DECISIONES DEMOCRÁTICA PARA ORGANIZACIONES COLECTIVAS / DERECHOS DE NEGOCIACIÓN COLECTIVA DEL PERSONAL ASALARIADO

0 1 2 **3**

Toda organización de producción a pequeña escala debe contar con una estructura colectiva formal. Las auditorías también deben comprobar que, como establece el SPP, dichas organizaciones no estén formalmente vinculadas a o influidas por ningún tipo de partido político, organismo del Gobierno o sector empresarial. Deben mantener siempre actualizada la lista de miembros de la organización.

Es obligatorio que la más elevada autoridad de la organización sea la asamblea general, que debe ser anual. El sello SPP insiste en que el funcionamiento de la organización productora debe ser democrático.

Así, como parte de los criterios del enfoque de mejoras progresivas, se exige a las organizaciones productoras certificadas que vayan desarrollando mecanismos para garantizar que la toma de decisiones se base en procedimientos democráticos. Todos los productores, tanto hombres como mujeres, deben implicarse personalmente tanto en las actividades productivas como en las actividades organizativas comunes. El Código de Conducta del SPP hace referencia explícita a la democracia participativa como método para el desarrollo de un consenso permanente dentro de la organización productora. La autogestión constituye un objetivo esencial para el sello SPP.

CRITERIOS DE GOBERNANZA

ACCESIBILIDAD PARA ORGANIZACIONES PRODUCTORAS Y TRABAJADORES Y TRABAJADORAS MARGINADOS

0 1 2 **3**

El sello SPP se orienta básicamente a pequeños grupos productores y favorece especialmente el acceso de aquellos habitualmente marginados.

Para ello, a los productores y productoras con discapacidades o enfermedades que les dificulten el trabajo productivo, así como a aquellos mayores de 60 años, se les permite que más de la mitad de la mano de obra de su explotación agrícola sea contratada.

Por último, y como parte del enfoque de mejoras progresivas, las organizaciones deben implementar actividades y/o labores de incidencia política específicamente orientadas a cuestiones relacionadas con el género y con las minorías.

DESARROLLO DE CAPACIDADES

0 1 2 **3**

Las organizaciones de producción a pequeña escala deben delegar aquellas actividades para las que no tengan capacidad (exportación, comercialización, etc.) en otras organizaciones de pequeños grupos productores también certificadas que sí estén capacitadas para ello, fortaleciendo así, en la medida de lo posible, el sector de la pequeña producción.

Las organizaciones de producción a pequeña escala deben demostrar, en la medida de sus capacidades y recursos, que sus actividades están reforzando a la organización en sí, que contribuyen al desarrollo del empleo y del consumo a escala local y de sus miembros, influyendo en las políticas públicas relacionadas con el sector de la pequeña producción.

LOS DERECHOS DE LAS POBLACIONES INDÍGENAS

0 1 2 **3**

SPP Global prohíbe cualquier práctica discriminatoria basada en cuestiones étnicas. En caso de incumplimiento de este requisito, el certificado de la organización productora o de la empresa puede ser suspendido. Los protocolos de auditoría incluyen entrevistas a productores/as y a trabajadores/as para asegurar el respeto de los derechos de las poblaciones indígenas.

De acuerdo con la Declaración de las Naciones Unidas sobre los derechos de los pueblos indígenas, el SPP autoriza la concesión del certificado (mediante una solicitud de excepción) a grupos de pueblos indígenas aunque sus modelos organizativos no cumplan con todos los criterios requeridos.

TRANSPARENCIA INFORMATIVA EN LA GESTIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PRODUCTORA

0 1 2 **3**

El consejo de administración de la organización debe presentar a sus miembros un informe de actividades por lo menos una vez al año.

Las organizaciones deben elaborar políticas que definan cómo calcular los precios y los mecanismos de pago a sus miembros y reflejarlas en documentos que puedan ser consultados por todos estos miembros.

NO DISCRIMINACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES PRODUCTORAS

0 1 2 **3**

El Código de Conducta del SPP y los estándares prohíben todo tipo de discriminación (ya sea basada en la etnia, en la orientación sexual, en la vestimenta, etc.) en las organizaciones productoras certificadas. El incumplimiento de este requisito puede conducir a la retirada del certificado.

CONTROL DE LA GESTIÓN DEMOCRÁTICA DE LAS PRIMAS DE DESARROLLO

0 1 2 **3**

Toda organización productora debe desarrollar políticas generales con respecto a cómo gestionar los recursos de las primas y estas deben ser aprobadas por su asamblea general. Las organizaciones deben establecer una autoridad con respecto a los usos concretos de dichas primas.

Los estándares también regulan dichos usos. Los productores y productoras deben emplear estos recursos para reforzar su desarrollo organizacional y comercial común, así como para actividades que mejoren su bienestar.

CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES

REDUCCIÓN DE LOS IMPACTOS MEDIOAMBIENTALES DE LAS ACTIVIDADES (GESTIÓN DE LA ENERGÍA, DEL AGUA Y DE LOS RESIDUOS)

0 1 **2** 3

El sello SPP exige a las pequeñas organizaciones productoras que demuestren su compromiso de cuidar, respetar, conservar y —allí donde sea posible— restaurar el medio ambiente. No se abordan cuestiones relacionadas con la gestión del suelo, el agua ni los residuos.

PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

0 1 **2** 3

Los requisitos medioambientales no están muy desarrollados ni formalizados. No obstante, se hallan ahora en un proceso de revisión y refuerzo. Mientras tanto, el certificado ecológico se ha hecho obligatorio para todas las nuevas organizaciones que solicitan el sello de SPP.

PROHIBICIÓN DE SUSTANCIAS PELIGROSAS

0 1 2 **3**

Los estándares contienen un listado de sustancias prohibidas. Pero si las legislaciones nacionales vigentes son más restrictivas, las organizaciones productoras deben atenerse a estas. Este criterio es aplicable a todas las unidades productivas de una organización, incluyendo a aquellos productos que no tengan el certificado SPP.

Las pequeñas organizaciones productoras deben promover, adoptando medidas concretas, la eliminación del uso de productos dañinos para la salud y el medio ambiente en todas sus unidades de producción.

PROHIBICIÓN DE LOS OGM

0 1 2 **3**

Se prohíbe el uso de OGM.

AUDITORÍA		
Equipo auditor	0 1 2 **3**	Los auditores y auditoras deben ser profesionales de organismos de certificación autorizados por SPP Global. Son seleccionados en función de su conocimiento del sector, idioma, género y cultura nacional.
Reuniones	0 1 2 **3**	Se deben planificar por lo menos dos reuniones durante la inspección sobre el terreno. • En la reunión inicial, el equipo auditor debe presentar su metodología de actuación y ofrecer un plan de evaluación. • Se debe planificar también una reunión de cierre que incluya la presentación de los resultados de la evaluación así como los incumplimientos detectados.
Control documental	0 1 2 **3**	Una parte importante del proceso de evaluación consiste en la autoevaluación de las organizaciones productoras. Esto responde al deseo de SPP Global de que los productores y productoras refuercen sus capacidades y sus dinámicas de aprendizaje. Una vez que la organización complete la autoevaluación, debe enviar un informe con los resultados a SPP Global y el organismo de certificación elegido por la organización productora debe proceder a su análisis. La primera vez que un operador solicite el certificado, el organismo de certificación debe aplicar un sistema de valoración de riesgos para definir los procedimientos de certificación aplicables. Dichos procedimientos se basan en los siguientes criterios: número de organizaciones, niveles de las mismas (primer, segundo o tercer nivel), sistemas de control interno, número de productores y productoras, concesión de otros certificados de comercio justo o ecológicos, etc. Cada uno de estos parámetros poseen indicadores asociados a ciertas puntuaciones: • ≤ 18 puntos refleja un riesgo bajo. • ≥ 18 puntos implica un riesgo elevado.
Auditoría sobre el terreno	0 1 2 **3**	Si el riesgo detectado es "normal", durante el primer año se recurrirá solo a un "procedimiento rápido" de inspección basado en una revisión documental en la que solo se comprueba el cumplimiento de los "criterios claves". Pero el segundo año de certificación se aplicará el procedimiento completo. Si los resultados indican "riesgo elevado", se llevarán a cabo auditorías tanto documentales como sobre el terreno.
Entrevistas a productores/as y trabajadores/as	0 1 2 **3**	El auditor debe organizar entrevistas a los productores y productoras (de acuerdo con la metodología desarrollada por el sello SPP). Adicionalmente, debe consultar otras fuentes de información para comprobar que los datos recogidos sean ciertos.
Frecuencia	0 1 2 **3**	El primer año de certificación se inicia con el procedimiento completo (en caso de un riesgo de incumplimiento más elevado); en el segundo año, se repite la valoración de riesgos para determinar el tipo de procedimiento a aplicar (completo, con auditoría documental y sobre el terreno, o el procedimiento rápido que se limita a la auditoría documental). En todos los casos, el procedimiento de valoración de riesgo debe repetirse sistemáticamente al año siguiente a toda auditoría sobre el terreno.
Auditoría sorpresa	0 1 2 **3**	El organismo de certificación puede llevar acabo evaluaciones de control aleatorias en base a los procedimientos de valoración de riesgo. Estas evaluaciones se realizan mediante visitas sobre el terreno a las organizaciones certificadas, que no deben costearlas.

Criterios de puntuación: 0 *El principio esencial está ausente;* 1 *El principio esencial queda insuficientemente abordado;* 2 *El principio esencial es efectivamente abordado, pero no en toda su extensión;* 3 *El estándar aborda plenamente al principio esencial del comercio justo y alcanza un grado de cumplimiento integral.*

PUNTUACIÓN Y NORMAS		
Puntuación	0 1 2 **3**	La puntuación del sello SPP se basa en tres niveles de criterios diferentes: -Criterios esenciales: son obligatorios y deben ser siempre evaluados, incluso cuando solo se realice una auditoría documental. Su incumplimiento puede conducir a la retirada del certificado. • Criterios mínimos: también son obligatorios, pero solo son evaluados por medio de las inspecciones sobre el terreno. • Criterios de mejoras progresivas: son evaluados en el marco de las posibilidades de cumplimiento en un contexto específico. Todas las entidades sujetas a evaluación mediante estos estándares deben, en todos los casos, cumplir con el 100% de los criterios esenciales, de los mínimos y de las mejoras progresivas aplicables. Estos criterios del sello SPP no se valoran mediante puntuaciones, solo hay dos opciones: sí o no, complementadas con los comentarios de los auditores/as.
Acciones correctivas	0 1 2 **3**	Si se detectan casos de incumplimiento, el solicitante contará con un plazo máximo de 30 días desde la fecha de notificación del mismo para presentar pruebas de las acciones correctivas que se plantea al respecto. La evaluación de seguimiento se realizará pues en un máximo de 30 días.
Suspensión / Retirada del certificado	0 1 2 **3**	La suspensión del certificado puede darse en caso de no solicitud de su renovación anual por parte de la organización o bien por incumplimiento de sus estándares. La suspensión suele ser llevada a cabo por el organismo de certificación, pero SPP Global también puede decidir suspender a una organización. La suspensión conlleva la prohibición de cerrar nuevos contratos comerciales con operadores certificados, si bien los contratos aún en curso deben cumplirse. La suspensión es cancelada cuando las razones por las cuales ha sido decidida quedan resueltas. En principio, si una organización suspendida quiere volver a obtener el certificado, no podrá solicitarlo hasta que no hayan pasado por lo menos dos años desde su suspensión. Pero desde enero de 2019, se puede recuperar el certificado sin necesidad de esperar durante ese plazo de tiempo cuando se hayan dado las siguientes circunstancias de suspensión: • Por falta de un mercado para los productos con el sello SPP. • Por falta de recursos financieros para pagar los costes de certificación. SPP Global puede también desactivar un certificado sin que ello suponga una retirada total de la organización del sello SPP. Dicha desactivación tiene un plazo máximo de cinco años, en respuesta a una petición en ese sentido de una organización que considere que el sello SPP no le brinda nuevas oportunidades comerciales. Aunque el certificado de una organización se halle desactivado, esta debe seguir pagando sus tarifas anuales de afiliación a SPP Global.

COSTES DE CERTIFICACIÓN Y DE AFILIACIÓN

Las organizaciones productoras deben pagar dos tipos diferentes de tarifas:

- La tarifa de certificación: sus importes se pueden consultar en los reglamentos de costes, disponibles en línea. EL coste de certificación en sí se calcula en jornadas de trabajo y depende de las dimensiones de la organización productora.
- La tarifa de matrícula anual: sus importes se pueden consultar en los reglamentos de costes, disponibles en línea. Depende del número de productores y productoras que cultiven productos certificados. Desde abril de 2019, se ha sumado un segundo componente adicional a la tarifa de afiliación anual, consistente en una tarifa por volumen de ventas, correspondiente al 0,15% del valor de la facturación de la organización de pequeños productores en concepto de los productos con el sello SPP durante el ciclo anual previo. No obstante, esta tarifa por volumen de ventas no se aplica a los productos finales vendidos por una pequeña organización productora en su mercado local.

Transparencia 0 1 2 **3**

En cuanto a los costes de certificación, estos se calculan en jornadas de trabajo y los costes finales no están disponibles en línea, pues dependen de las tarifas particulares de cada organismo de certificación. Si bien dichas tarifas propuestas por cada organismo de certificación autorizado por el SPP deben ser aprobadas por SPP Global.

Los socios comerciales (marcas finales) deben pagar:

- Los costes de certificación del organismo de certificación. Dichos costes se calculan en jornadas de trabajo requeridas para llevar a cabo las auditorías documentales o sobre el terreno, pero también dependen del valor total de compra de productos de SPP. Los intermediarios comerciales también deben pagar estos costes.
- Por el derecho a usar el sello SPP, a mencionar el certificado o el registro. Estos costes dependen del volumen de productos de SPP comprados a grupos productores certificados. A partir de abril de 2019, ascienden al 1,75% de los precios mínimos pagados a los pequeños productores/as por comercializar sus productos con el sello de SPP.
- Por la adhesión anual a SPP Global.

PROCEDIMIENTOS

Procedimientos de reclamaciones, apelaciones y alegaciones 0 1 2 **3**

- Los documentos relativos a estos procedimientos están disponibles en línea.
- En caso de desacuerdo con el organismo de certificación, la organización productora puede rellenar una hoja de desacuerdo y enviarla al Comité de Reclamaciones, compuesto por los presidentes/as del Consejo de Supervisión, del Consejo de Administración y del Comité de Normas y Procedimientos.

Resumen

El Símbolo de Pequeños Productores (SPP) apareció como sello en el sector de comercio justo y en el mercado internacional en 2011. Este sello ha sido creado y es gestionado por los propios productores y productoras, que constituyen la mayoría de los actores implicados (un mínimo de dos tercios) en todos los órganos de toma de decisiones.

El sello SPP fue inicialmente fundado por la CLAC (red a su vez afiliada a Fairtrade International), siendo recientemente traspasado a la organización independiente FUNDEPPO, renombrada SPP Global. Este sello nació producto de la oposición de la CLAC a la ampliación del sello Fairtrade/Max Havelaar a actores considerados competidores directos de los pequeños grupos productores: grandes organizaciones productoras con trabajadores/as contratados y productores/as no organizados contratados por grandes empresas. El SSP se identifica con los principios históricos del comercio justo al trabajar exclusivamente con pequeñas organizaciones productoras (basándose en una definición precisa y restrictiva de "pequeño productor"). Su origen histórico está en Latinoamérica, aunque se está extendiendo gradualmente también a África y Asia.

Los requisitos de SPP Global se centran principalmente en las relaciones comerciales entre organizaciones productoras y compradoras. Estos criterios son sólidos, especialmente en términos de compromiso a largo plazo y de precios mínimos garantizados. En términos generales, los precios mínimos de SPP suelen ser superiores a los de otros sellos de comercio justo. Por otro lado, SPP es uno de los pocos sellos que fomentan —por medio de sus criterios de mejoras progresivas— que los socios comerciales compren productos de los grupos productores en su fase de procesamiento más avanzada posible.

En la parte negativa, la realidad es que hay pocas empresas dispuestas a implicarse con semejantes criterios, lo que suscita la cuestión sobre la capacidad del SPP de ampliar su escala de actuación y beneficiar a un mayor número de productores y productoras.

En 2019, el SPP ha seguido en un proceso continuo de refuerzo de sus criterios medioambientales, que se hallaban menos formalizados que en el caso de otros sellos. Hasta que estas nuevas especificaciones sean publicadas y puestas en vigor (se espera que para mediados de 2020), se exige temporalmente el certificado ecológico a todos los nuevos miembros. En la actualidad, el 90% de las organizaciones productoras certificadas por SPP poseen también el certificado ecológico.

© SPP

WFTO

Información básica sobre WFTO

CONTACTO

World Fair Trade Organization (WFTO)
Godfried Bomansstraat 8–3
4103 WR Culemborg, Nederland.
Tel: +31(0) 345 53 6487
Correo electrónico: info@wfto.com
Página web: www.WFTO.com

PROPIEDAD DE LOS ESTÁNDARES

World Fair Trade Organization (WFTO).

ORGANISMO DE CERTIFICACIÓN

Autoevaluación, revisión entre pares y equipos auditores formados por la WFTO.

EQUIVALENCIAS / RECONOCIMIENTO

La WFTO reconoce los siguientes certificados como prueba de que los proveedores (tal como los define la WFTO) cumplen con sus estándares: 1) SPP.

(FUNDEPPO); 2) Fairtrade International/FLO-Cert; 3) ECOCERT/IMO "Fair For Life"; 4) Naturland Fair Trade standard.

HISTORIA

En 1989, un pequeño grupo de organizaciones de comercio alternativo fundaron la World Fair Trade Organization (originalmente denominada International Federation for Alternative Trade o IFAT), para promover el intercambio de información e ideas en torno al comercio justo. Los miembros originales se centraban principalmente en apoyar a grupos artesanos del Sur Global para que lograran acceder a los mercados del Norte Global. Desde entonces, la WFTO se ha centrado en apoyar a aquellas organizaciones comprometidas con los valores del comercio justo. De hecho, algunos de sus miembros se han opuesto a la certificación de productos que sean procesados, comercializados y vendidos por organizaciones o empresas que no se hallen comprometidas con dichos valores.

En 2004, la WFTO comenzó a solicitar a sus miembros que se autoevaluaran y que evaluaran a otras organizaciones de la WFTO, así como a organizaciones candidatas a ingresar, todo ello en base a los principios del comercio justo. A partir de entonces se permitió a sus miembros usar la "Marca de la Organización de Comercio Justo WFTO" en sus estrategias de marca y en su marketing. En 2013, la WFTO introdujo las auditorías externas y comenzó a permitir que sus miembros usaran la marca del sello directamente en las etiquetas de sus productos. En 2018 presentaron sus nuevos estándares, revisando y reforzando los criterios de su cumplimiento, aportando unas definiciones más claras (p. ej., de los actores "económicamente marginados"), desarrollando aún más los sistemas de control interno de las organizaciones productoras y proveedoras, añadiendo nuevos criterios de cumplimiento para redes y organizaciones de apoyo, y ofreciendo orientaciones iniciales para la obtención de materias primas.

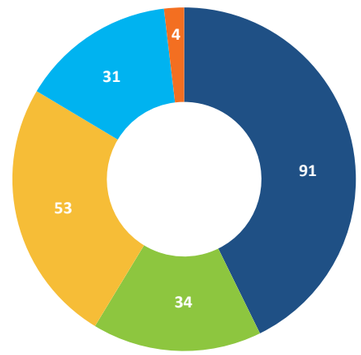
Los miembros de la WFTO han establecido los "10 principios del comercio justo", que se basan en los convenios de la OIT, en los derechos humanos y en los valores del comercio justo. Para convertirse en miembro, una organización debe cumplir con los "estándares de comercio justo" de la WFTO, basados en dichos principios. Los estándares están compuestos por "criterios de cumplimiento". Algunos de ellos deben cumplirse antes de la certificación, otros en un plazo establecido y otros deben ser mejorados continuamente a lo largo del tiempo. Para valorar el cumplimiento de una organización, se recurre a tres métodos de evaluación: 1) Autoevaluación; 2) Evaluación por pares; 3) Auditorías de control externas realizadas por equipos auditores formados por la WFTO.

Hay tres tipos de grupos que son elegibles para convertirse en miembros de la WFTO: 1) Organizaciones que comercien con productos de comercio justo (OCJ); Redes de comercio justo (FTN, por sus siglas en inglés); y 3) Organizaciones de apoyo al comercio justo (FTSO, por sus siglas en inglés). No todos los criterios de cumplimiento son aplicables de igual manera a todos los grupos. Los criterios de cumplimiento tienen como objetivo apoyar a los trabajadores y trabajadoras contratados quienes tengan una relación laboral con alguna OCJ—, así como a los productores y productoras —personas que fabrican, cultivan o procesan productos y los venden directamente a una OCJ—. Cuando los productores y productoras están organizados como "grupo productor", la OCJ es la responsable de controlar y notificar el cumplimiento de este grupo de los estándares de comercio justo. Cuando un productor o un grupo productor tienen a más de 50 trabajadores/as contratados, pasa a ser considerado "proveedor". Los proveedores son entidades productoras, intermediarias o vendedoras veteranas e independientes que gestionan su propia producción, *marketing*, ventas y relaciones con el público consumidor. Los proveedores deben demostrar su cumplimiento de los estándares para pasar a ser miembros de la WFTO, siendo certificados mediante un modelo cualificación de comercio justo o bien cumpliendo con el sistema de control interno de los miembros de la WFTO. Existen algunos criterios específicos de cumplimiento para los "grupos productores" y los "proveedores".

ORGANISMOS DE GOBERNANZA Y DE PARTICIPACIÓN

La WFTO se estructura como una asociación de organizaciones afiliadas. Sus miembros se reúnen una vez al año para elegir a su Consejo de Administración, que incluye a un presidente/a, cinco directores/as (uno de cada región geográfica) y hasta otros cinco miembros adicionales. El Consejo de Administración es el responsable de la gestión de todas las actividades de la WFTO. Es también el encargado de nombrar al consejero delegado y al personal para implementar los planes estratégicos.

MIEMBROS CERTIFICADOS EN 2018 (EN NÚMERO DE ORGANIZACIONES)



Normas relativas al uso del sello en los envases de los productos

Sello de producto WFTO para Organizaciones de Comercio Justo	Los miembros de la WFTO que han superado la auditoría de control y firmado el contrato de certificación pueden usar el sello en todos los productos de sus productores/as o grupos productores controlados mediante el sistema de gestión interna, así como de sus proveedores controlados por otros miembros de la WFTO o por los modelos de cualificación de comercio justo. Los miembros pueden adaptar el sello a sus productos, incluyendo su nombre (hasta 10 caracteres) o una referencia genérica de "Guaranteed Fair Trade", ubicada a lo largo de su logotipo, para señalar su relación con la WFTO.
Sello WFTO para entidades compradoras	Si una entidad compradora no es miembro de la WFTO, debe firmar un contrato de uso del sello con la WFTO y pagar una pequeña tasa (1% del valor de venta, con un mínimo de 100 euros). Este sello solo puede usarse en productos que contengan por lo menos un 95% de ingredientes procedentes de una OCJ. Esto supone que una entidad compradora directa no está autorizada a vender productos de varios ingredientes. Este sello solo debe ser usado pues por primeras entidades compradoras de una OCJ.

WFTO | Condiciones de elegibilidad

ALCANCE GEOGRÁFICO		
Países en desarrollo	✔	La WFTO tiene como objetivo apoyar económicamente a personas o comunidades "económicamente marginadas", ofreciendo una definición precisa de este término: "que vivan en regiones o países con falta de oportunidades laborales"; lo que no excluye iniciativas cuyo fin sea beneficiar económicamente a grupos marginados también en los países desarrollados o de la OCDE.
Países de la OCDE	✔	

REQUISITOS ESPECÍFICOS		
Certificado ecológico	Ø	La WFTO no exige ni concede certificados ecológicos, si bien algunas de sus directrices sí tienen en cuenta cuestiones de sostenibilidad medioambiental a la hora de obtener materias primas, así como en cuanto a la consideración de los impactos de las organizaciones en su entorno.

TIPOS DE ORGANIZACIÓN		
Organizaciones productoras	✔	La WFTO aplica un único estándar tanto a las Organizaciones de Comercio Justo (OCJ) (y a los grupos productores o proveedores de los que obtienen productos), como a las organizaciones de apoyo al comercio justo (FTSO) y a los proveedores de comercio justo. Los proveedores deben someterse ya sea a evaluaciones internas, evaluaciones por otros miembros de la WFTO o bien estar certificados por otros sellos de comercio justo reconocidos por esta organización. Muchos de estos sellos reconocidos por la WFTO certifican a organizaciones productoras, a agricultores/as por contrato y a organizaciones que emplean a mano de obra contratada. Sin embargo, el comercio justo debe constituir la actividad principal de toda organización que pretenda afiliarse a la WFTO, además de comprometerse a seguir sus 10 principios de comercio justo.
Agricultura / Producción por contrato	✔	
Mano de obra asalariada / Plantaciones	✔	

INSPECCIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO		
Grupos de producción	✔	Los miembros de la WFTO deben cumplir con los estándares aplicables a la producción, compra, comercio e imagen de marca. Toda organización debe cumplir y comprometerse pues plenamente con todos los criterios de afiliación de la WFTO. Todos los miembros que producen y/o comercian con productos de comercio justo son considerados OCJ, por lo que les es aplicable la mayoría de los criterios de los estándares de la WFTO.
Primeras entidades compradoras	✔	
Intermediarios	✔	
Propiedad de marca	✔	
Minoristas	**Véase el comentario**	En 2013, la WFTO desarrolló también estándares para minoristas de comercio justo. Pero a diferencia de sus otros estándares, la aplicación de estos no es controlada por la WFTO. Sirven principalmente como puntos de partida mínimos para que redes locales puedan establecer programas voluntarios de control de los minoristas de comercio justo en sus propias áreas. Dichas redes locales firman un acuerdo con la WFTO y esta delega en ellas el control de la "WFTO Fair Trade Retailer Mark" ('marca de minorista de comercio justo de la WFTO'). A día de hoy, estos estándares solo han sido desarrollados en Italia y Alemania.

Criterios de puntuación: 0 *El principio esencial está ausente;* 1 *El principio esencial queda insuficientemente abordado;* 2 *El principio esencial es efectivamente abordado, pero no en toda su extensión;* 3 *El estándar aborda plenamente al principio esencial del comercio justo y alcanza un grado de cumplimiento integral.*

TRAZABILIDAD		
Trazabilidad documental	✔	Las OCJ deben comprar la mayoría de sus productos de fuentes de comercio justo y todos los productos que tengan disponibles de dichas fuentes deben ser efectivamente de comercio justo. Si bien la WFTO está ahora desarrollando más orientaciones sobre la obtención de ingredientes que no sean de comercio justo. Mientras tanto, pide la realización de "esfuerzos razonables" por comprar, siempre que sea posible, de aquellas fuentes más "sostenibles o responsables", y por "empezar a cobrar conciencia de cuestiones importantes", como las "actividades forestales insostenibles", la "contaminación de acuíferos" o el "trabajo infantil" relacionadas con determinadas cadenas de suministro.
Trazabilidad física	✔	

PROMOCIÓN Y CONCIENCIACIÓN / LABORES DE INCIDENCIA	
✔	Los miembros de la WFTO deben realizar actividades de concienciación y/o promoción del comercio justo y sus principios, tanto en su ámbito interno (entre los actores de sus cadenas de suministro) como en el externo (entre su público y en su comunidad).

Análisis del sello

CRITERIOS ECONÓMICOS

PRECIO JUSTO	
0 1 2 **3**	El precio justo debe ser negociado libremente entre quien compra y quien vende, basándose en una fijación de precios transparente. Debe incluir unos salarios y unos beneficios justos. El precio justo pagado a los productores y productoras debe representar una parte justa del precio final pagado a cada actor de la cadena de suministro, es decir, una parte justa del precio al consumidor/a.

PRIMAS PARA PROYECTOS COLECTIVOS	
No aplicable	No es aplicable porque, siendo los miembros de la WFTO principalmente grupos productores, estos han votado no incluir primas sino centrarse más en incrementar los salarios. Nota: Algunos miembros son certificados por otros sellos que en cambio sí exigen primas, lo que explica que puede haber miembros que ofrecen los mismos productos, pero unos pagan primas y otros no. Aunque esto no tiene por qué suponer forzosamente diferencias en los precios.

ACCESO A LA FINANCIACIÓN O PREFINANCIACIÓN	
0 1 2 **3**	Para los productos no alimenticios, se debe conceder prefinanciación libre de intereses de por lo menos un 50% del contrato, bajo petición. Para los productos alimenticios, se debe conceder prefinanciación a bajo interés (nunca superior al coste de los préstamos) de por lo menos un 50% del contrato, bajo petición.

WFTO | Análisis del sello

CRITERIOS ECONÓMICOS

COMPROMISO DE COMPRA A LARGO PLAZO

0 1 2 **3**

Las relaciones a largo plazo deben basarse en la solidaridad, la confianza y el respeto mutuo, con el fin de ir incrementando el volumen comercial y de diversidad de productos de una forma que repercuta en un incremento en los ingresos de los productores y productoras. Las relaciones comerciales no pueden finalizar sin una notificación y justificación adecuadas.

TRAZABILIDAD

0 1 2 **3**

Las reclamaciones al respecto deben estar debidamente fundamentadas. Solo aquellos bienes producidos y/o comercializados ateniéndose a los principios del comercio justo pueden ser etiquetados como tales.

CRITERIOS SOCIALES

CONVENIOS DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO

0 1 2 **3**

Se exige el respeto de los convenios de la OIT desde el año 1.

COMPENSACIONES JUSTAS PARA LOS TRABAJADORES/AS CONTRATADOS

0 1 **2** 3

En el año 2 debe alcanzarse el salario mínimo y se exige que se vayan introduciendo mejoras progresivas que tiendan hacia salarios dignos según el contexto local, así como precios justos que permitan a los trabajadores y trabajadoras contratados ingresar igualmente salarios dignos. El requisito final consiste pues en la introducción de mejoras progresivas hasta alcanzar por lo menos salarios dignos. Promover el pago del salario mínimo en el año 2 constituye en realidad un punto de partida de un proceso cuyo objetivo consiste en alcanzar salarios dignos.

POLÍTICAS DE BAJAS POR MATERNIDAD, ENFERMEDAD Y JUBILACIÓN

0 1 2 **3**

Se deben cumplir todos los requisitos legales referidos a las mujeres y a las nuevas madres.
EL convenio núm. 183 de la OIT constituye un criterio de certificación y este establece que la baja por maternidad nunca debe ser inferior a 14 semanas.

TRATO IGUALITARIO A TODOS LOS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS

0 1 2 **3**

Por "trabajadores" se entienden tanto la mano de obra familiar como el personal estacional, temporal, contratado, pagado por pieza o cualquier otro tipo de trabajadores/as.

Los contratos temporales o de aprendizaje nunca deben ser utilizados para evitar aportar mayores beneficios a los trabajadores/as. Los estándares también incluyen el compromiso de no discriminación, equidad salarial para hombres y mujeres y la posibilidad de denuncia confidencial de toda forma de violencia, acoso o abuso sexual, con el mandato de hacer un seguimiento y de resolver este tipo de incidentes.

Criterios de puntuación: 0 *El principio esencial está ausente;* 1 *El principio esencial queda insuficientemente abordado;* 2 *El principio esencial es efectivamente abordado, pero no en toda su extensión;* 3 *El estándar aborda plenamente al principio esencial del comercio justo y alcanza un grado de cumplimiento integral.*

CRITERIOS DE GOBERNANZA

ACCESIBILIDAD PARA ORGANIZACIONES PRODUCTORAS Y TRABAJADORES Y TRABAJADORAS MARGINADOS

0 1 2 **3**

La misión de la WFTO consiste en mejorar las condiciones socioeconómicas de los grupos "económicamente marginados", y este término queda bien definido.

DESARROLLO DE CAPACIDADES

0 1 2 **3**

Los estándares incluyen la obligación de aportar formación sobre cuestiones salariales y de fijación de precios.

Todos los miembros de la WFTO deben presentar un plan de desarrollo de las capacidades de los productores/as y trabajadores/as (en el año 2); aquellas OCJ que compren productos a proveedores deben apoyarlos en el desarrollo de capacidades relacionadas con sus empresas (en el año 2); y las redes y organizaciones de apoyo deben ofrecer formación a sus miembros comerciales.

LOS DERECHOS DE LAS POBLACIONES INDÍGENAS

0 1 2 **3**

La WFTO reconoce, promueve y protege la identidad cultural y los saberes tradicionales en los diseños artesanales, en la producción alimenticia y en otros servicios relacionados, además de perseguir continuamente mejoras en la incorporación de los saberes, materiales y productos tradicionales en el diseño de sus productos.

TOMA DE DECISIONES DEMOCRÁTICA PARA ORGANIZACIONES COLECTIVAS / DERECHOS DE NEGOCIACIÓN COLECTIVA DEL PERSONAL ASALARIADO

0 1 **2** 3

La toma de decisiones participativa incluye a productores/as y trabajadores/as.
Pero los términos de dicha inclusión deberían ser mejor definidos. Habría que redactar mejor esta cuestión en el caso de las OCJ de menos de 50 trabajadores y trabajadoras, así como en aquellos casos donde el derecho a la sindicación y a la negociación colectiva queda restringido por el contexto legal y/o político local, debiendo exigirse en estas circunstancias el apoyo a medios alternativos de asociación y negociación libre e independiente de los trabajadores y trabajdoras.

TRANSPARENCIA INFORMATIVA EN LA GESTIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PRODUCTORA

0 1 **2** 3

La puesta en común de información, la comunicación interna y la aportación de datos relacionados con unos salarios dignos y con los precios finales al consumidor/a deben ser accesibles a todos los productores y productoras. Los estándares exigen contratos por escrito con los grupos productores, pero no mencionan a los trabajadores/as. Sin embargo, la lista de control establece que los contratos constituyen pruebas; como tales, sería recomendable que los requisitos incluyeran explícitamente a los trabajadores/as.

NO DISCRIMINACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES PRODUCTORAS

0 1 2 **3**

La discriminación está prohibida, salvo en su versión positiva con el fin de beneficiar a grupos particulares de personas desfavorecidas.

CONTROL DE LA GESTIÓN DEMOCRÁTICA DE LAS PRIMAS DE DESARROLLO

No aplicable

No aplicable; véase la referencia anterior en "Primas de desarrollo para proyectos colectivos".

CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES

REDUCCIÓN DE LOS IMPACTOS MEDIOAMBIENTALES DE LAS ACTIVIDADES (GESTIÓN DE LA ENERGÍA, DEL AGUA Y DE LOS RESIDUOS)

0 1 **2** 3

Los estándares incluyen:
1) Documentos sobre políticas en torno a los grandes impactos y riesgos medioambientales, detallando planes para la reducción de impactos y accidentes.
2) Disposiciones sobre el control de uso y desperdicio de materias primas, la producción de residuos y el uso de la energía, así como sobre la transición hacia fuentes de energías renovable o de bajas emisiones de carbono, ahí donde sea posible.
3) Las mejoras progresivas en este ámbito constituyen un requisito.

PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

0 1 **2** 3

Los estándares incluyen:
1) Documentos de políticas en torno a los impactos medioambientales negativos de las actividades en términos de gestión del agua, protección de los acuíferos y de los ecosistemas naturales, biodiversidad, gestión energética, contaminación del aire y gestión de residuos.
2) En caso de problemas medioambientales graves, existe una disposición que permite a la WFTO imponer medidas de mejora como condición para el mantenimiento del certificado.

PROHIBICIÓN DE SUSTANCIAS PELIGROSAS

0 **1** 2 3

Los estándares incluyen la prohibición de aquellas sustancias prohibidas en la legislación nacional, así como de aquellos productos químicos internacionalmente identificados como "altamente peligrosos" o prohibidos por convenios internacionales.

PROHIBICIÓN DE LOS OGM

0 1 2 **3**

No se permite el uso intencionado de semillas o plantones genéticamente modificados en los productos de comercio justo y se incluyen medidas para evitar la contaminación de las semillas por parte de OGM.

Medidas de control

AUDITORÍA

Equipo auditor — 0 1 2 **3**

Los Sistemas de Gestión Interna (SGI) de las OCJ deben incluir visitas (o subcontratar a una persona cualificada para que las haga) a cada grupo productor y a cada proveedor que no sean miembros de la WFTO o que no estén certificados por otro sello de comercio justo cualificado, con el fin de llevar a cabo reuniones y entrevistas que aporten la información necesaria para elaborar un informe sobre los hallazgos. La WFTO aporta formación y autorización a equipos auditores que pueden coordinar estas labores con los organismos de auditoría. Esto asegura que los auditores/as cuenten con la documentación relevante, posean la formación adecuada y estén cualificados. En el caso de profesionales nuevos, se puede organizar un acompañamiento.

La formación de los auditores consiste en aportarles los materiales de lectura necesarios, hacerles pruebas por escrito sobre prácticas en escenarios hipotéticos o reales, llevar a cabo con ellos una auditoría simulada y debatir en torno a un estudio de caso, antes de plantearles un examen final.

Reuniones — 0 1 2 **3**

En la reunión de inicio deben estar presentes la dirección y representantes de los trabajadores/as y/o de los productores/as. La reunión de cierre suele estar compuesta por el mismo grupo. Estas reuniones son la ocasión de debatir el plan de la auditoría y de resumir los hallazgos de la misma, especialmente los incumplimientos detectados y las propuestas de mejora o acciones correctivas.

Control documental — 0 1 2 **3**

Un mes antes de cada visita, la OCJ debe enviar la documentación relevante al equipo auditor.

Auditoría sobre el terreno — 0 1 2 **3**

Las visitas pueden variar en cuanto a su duración en función de las dimensiones y de la complejidad de la inspección. El número de grupos de producción inspeccionados se fija según una proporción de la cantidad total de grupos.
Si los grupos proveedores trabajan con productores, las visitas de control a los mismos deben incluir visitas a dichos grupos y reuniones con ellos.

Entrevistas a productores/as y trabajadores/as — 0 1 2 **3**

No existe un número prefijado de entrevistas o visitas a explotaciones agrícolas, pero el auditor/a debe obtener una visión representativa de la realidad de la producción, de las tareas y de las visiones de los productores y productoras.

Frecuencia — 0 1 2 **3**

Cada 3 años (2 años en contextos complejos o de alto riesgo).

Auditoría sorpresa — **0** 1 2 3

Los criterios no mencionan la posibilidad de auditorías no anunciadas.

Puntuación — 0 1 **2** 3

Los miembros deben cumplir con todos los requisitos obligatorios. Los miembros que aún no cumplan con los demás requisitos deben seguir un plan de mejoras progresivas. Se espera de todos los miembros que vayan progresando en los criterios de mejora.

Acciones correctivas — 0 1 **2** 3

En caso de incumplimiento grave de un criterio obligatorio, la OCJ en cuestión recibirá un plan de acción correctiva con calendario incluido. Las OCJ deben además desarrollar un plan de mejoras que incluyan los puntos débiles y los incumplimientos.

Suspensión / Retirada del certificado — 0 1 **2** 3

El nuevo estándar de 2018 ha añadido el estado de "a prueba" para identificar a aquellos miembros que, aunque inicialmente cumplieron con todos los requisitos, posteriormente presentan alguna cuestión por resolver, detectada ya sea en su informe de autoevaluación (IAE), por algún actor implicado, durante una visita de otro miembro o en un informe de auditoría. Aquellos miembros "a prueba" no pueden insertar el sello de producto WFTO en sus nuevos productos. "Estar a prueba" constituye un paso intermedio entre la afiliación y la suspensión (en la cual un miembro pierde sus derechos de afiliación).

COSTES Y TARIFAS ANUALES DE LA CERTIFICACIÓN

Transparencia — 0 1 2 **3**

Las tasas de afiliación se calculan en función del tipo de organización y de sus ventas, beneficios o ingresos en bruto. Las fórmulas de cálculo y sumas son de acceso público.

Las tarifas de auditoría varían en función de las regiones, tipo de afiliación y dimensiones de la organización. Son negociadas y fijadas por jornada laboral, definiendo claramente el alcance del trabajo. ---->

COSTES Y TARIFAS ANUALES DE LA CERTIFICACIÓN		
Transparencia	0 1 2 **3**	----> Las visitas de inspección a proveedores (en el caso de una OCJ comercializadora con proveedores no certificados) suelen ser pagadas por la propia organización, si bien esta puede luego cargar al proveedor todos o parte de estos costes.

PROCEDIMIENTOS		
Procedimientos de reclamaciones, apelaciones y alegaciones	0 1 2 **3**	Los miembros de la WFTO, los actores implicados y el público en general puede enviar comentarios (de forma anónima, si así lo prefieren) sobre el cumplimiento de algún miembro de los estándares comunes, recurriendo a un sistema de reclamaciones en línea. La WFTO se encarga de investigar y extraer conclusiones, programando incluso una auditoría *ad hoc* si la cuestión gira en torno al cumplimiento de algún requisito.

Resumen

La WFTO es una organización fundada para ofrecer apoyos a poblaciones marginadas y para preservar los saberes y habilidades tradicionales. Sus miembros están plenamente implicados en los principios del comercio justo. En su asamblea general en India en 2017, sus miembros votaron a favor de incluir el comercio Norte-Norte, cuando las personas beneficiarias sean también grupos económicamente marginados.

Se exige a todos sus miembros que muestren un compromiso total con las actividades de comercio justo y presten especial atención a aquellas prácticas de mejoras progresivas.

La WFTO ha creado un sistema de garantía sólido e integral, con sus propios criterios específicos. Incluye auditorías externas, completadas mediante auditorías entre pares durante el proceso de seguimiento, además del reconocimiento de otros certificados de comercio justo.

La WFTO se ha esforzado mucho por encontrar lo que considera el mejor compromiso entre mejorar la calidad de los controles y mantener los costes de certificación a niveles accesibles para las pequeñas organizaciones productoras. El sello de garantía de la WFTO ya puede mostrarse también directamente en el envase del producto, mientras en el pasado solo podía presentarse en las comunicaciones relacionadas con la imagen de marca.

En toda la red de la WFTO se concede una enorme importancia a las labores de incidencia política y de concienciación de la ciudadanía.

En septiembre de 2019, la Asamblea General de la WFTO decidió reforzar los criterios de sus estándares relacionados con el medio ambiente y el cambio climático.

© WFTO

Comparación de los estándares textiles

Fairtrade International y Fair Trade Certification

Introducción

Durante muchos años, los certificados de comercio justo estaban exclusivamente dedicados a productos agrícolas (como el café, el algodón o el cacao del chocolate) cultivados, cosechados y comercializados de acuerdo con unos estándares específicos. Pero recientemente, tanto Fairtrade International como Fair Trade Certified han presentado estándares para la producción de ropa y otros productos textiles (como las sábanas y toallas), así como para productos domésticos (como alfombras). Su objetivo consiste en extender los principios de comercio justo a estas cadenas de suministro.

La transformación de ciertas fibras (como el algodón) en ropa, productos domésticos u otros productos textiles (como las toallas) suele hacerse en varias etapas. La primera consiste en transformar las fibras en tejidos. El algodón, por ejemplo, sale de las explotaciones agrícolas en forma de amplias y mullidas cápsulas. El proceso de desmote e hilado lo convierten en hilos de lana, que luego a menudo son teñidos de color. Tras lo cual, personas o máquinas se encargan de tejer la lana para transformarla en un tejido. Por último, hay que recortar dicho tejido y coserlo para darle su forma final. La finalización del proceso puede incluir bordados, botonería u otros elementos decorativos. Cada una de estas etapas puede tener lugar en otras tantas instalaciones, las cuales pueden pertenecer a varias personas o grupos, e incluso estar ubicadas en diferentes países o regiones.

Se trata pues de una cadena de suministro a menudo muy compleja y con mucho potencial para explotar (o empoderar) a las personas implicadas. En cualquier caso, cuando una prenda de ropa, producto textil o producto doméstico posee el sello de "comercio justo", el consumidor/a puede confiar en que:

- Las fibras usadas en el proceso han sido cultivadas y cosechadas de acuerdo con los principios del comercio justo.
- Cada una de las subsiguientes etapas: desmotar, tejer, coser, decorar y comercializar refleja igualmente los principios del comercio justo.
- Los trabajadores y trabajadoras que han fabricado estas prendas no solo trabajan en condiciones seguras, sino que además reciben salarios suficientes para posibilitar unas vidas saludables y seguras propias y a sus familias.

Este análisis comparativo muestra cómo Fairtrade International y Fair Trade Certified llevan esto a cabo, además de otras cuestiones de sus programas de certificación de comercio justo.

	FAIRTRADE INTERNATIONAL	FAIR TRADE CERTIFIED
INFORMACIÓN GENERAL		
Estándar	Fairtrade Textile Standard	Factory Standard for Apparel and Home Goods
Versión	1.1	1.3.0
Publicado	22 de marzo de 2016	15 de noviembre de 2017
Efectivo	01 de junio de 2016	15 de enero de 2018
Frecuencia de las revisiones	Cada 5 años	Cada 5 años
Historia	Fairtrade ya se planteó como uno de sus objetivos la extensión de sus certificados a las cadenas de suministro textil, mediante la introducción de un estándar para el algodón en 2005. En 2016 presentó su estándar textil.	Fair Trade Certified comenzó a investigar la posibilidad de certificar a empresas textiles en 2006. Llevó para ello a cabo una serie de estudios piloto entre 2010 y 2012, tras lo cual presentó su estándar.

Criterios de puntuación: 0 *El principio esencial está ausente;* 1 *El principio esencial queda insuficientemente abordado;* 2 *El principio esencial es efectivamente abordado, pero no en toda su extensión;* 3 *El estándar aborda plenamente al principio esencial del comercio justo y alcanza un grado de cumplimiento integral.*

	FAIRTRADE INTERNATIONAL ESTÁNDAR TEXTIL		FAIR TRADE CERTIFIED ESTÁNDAR PARA ROPA Y TEXTIL DE HOGAR	
REQUISITOS GENERALES				
Fibras: ¿Las fibras primarias usadas han sido cultivadas y cosechadas en condiciones justas?	0 **1** 2 3	Fairtrade Textile Standard Permite el uso de "fibras responsables", pero no exige usar algodón con certificado de comercio justo. La lista de fibras y programas que se pueden usar con este estándar es la siguiente: Cotton made in Africa (CmiA), European Unions (EU), Organic Program United States Department of Agriculture (USDA), National Organic Program (NOP), Lenzing Group, y Better Cotton Initiative (BCI). Nótese que muchos de estos programas no incluyen estándares sobre los derechos de los agricultores/as o trabajadores/as.	**0** 1 2 3	Si bien Fair Trade Certified también certifica algodón de comercio justo, no se exige a las fábricas que usen fibras certificadas. Se debería exigir que, en todo producto que contenga algodón, este posea el certificado de comercio justo.
Procesamiento: ¿Cada etapa del procesamiento debe cumplir con estándares de comercio justo?	0 1 2 **3**	Este estándar cubre todas las etapas del proceso, incluyendo desmotar, hilar, tejer, tricotar, recortar y coser.	**0** 1 2 3	Este estándar solo se aplica a las etapas finales de producción: recortar, coser y decorar.
Política de etiquetado ¿Con qué nivel de transparencia los sellos o certificados comunican, en su logotipo, el alcance de sus estándares?	0 1 2 **3**	Existen tres opciones de etiquetado: 1) El símbolo de Fairtrade – cuando la cadena de suministro cumple con estándares que garantizan salarios dignos. 2) El símbolo de Fairtrade y una declaración de mejoras progresivas hacia salarios dignos – igual que el anterior, salvo que los salarios dignos son un objetivo en progreso. 3) La declaración "Fairtrade Textile Production" —es decir, sin el símbolo Fairtrade— puede ser usada por toda empresa certificada de la cadena de suministro. Si se usa algodón certificado u otras fibras responsables, se muestran símbolos adicionales además de las tres opciones arriba explicadas.	0 **1** 2 3	Los siguientes sellos no aclaran que solo se certifica la última etapa de producción: 1) El sello Fair Trade Certified: se usa cuando el 100% de las materias primas está certificado por Fairtrade Certified y cuando solo se certifica a la fábrica encargada de la última etapa de producción. 2) El sello Fair Trade Factory o el sello Fair Trade Sewing label – se puede usar cualquiera de los dos cuando la fábrica de producción final está certificada.

Comparación de los estándares textiles

	FAIRTRADE INTERNATIONAL TEXTILE STANDARD		FAIR TRADE CERTIFIED FACTORY STANDARD FOR APPAREL AND HOME GOODS	
Auditorías: ¿Participan los trabajadores y trabajadoras en las auditorías y son informados de sus resultados?	0 1 2 **3**	Hay por lo menos un trabajador/a elegido o designado por el sindicato que participa en las auditorías (remunerado y durante su jornada laboral). Los resultados de las auditorías son comunicados a los trabajadores/as.	0 1 2 **3**	Los trabajadores y trabajadoras deben participar en las auditorías externas y se les brinda la oportunidad de revisar y comentar sus hallazgos.
CRITERIOS ECONÓMICOS				
Salarios justos: ¿Reciben los trabajadores/as un salario digno?	0 1 2 **3**	Los trabajadores/as deben cobrar un salario digno en un plazo de seis años.	**0** 1 2 3	Se debe valorar hasta qué punto los salarios son dignos, lo que constituye un primer paso positivo. (Véanse los comentarios sobre cómo pueden usarse las primas para cubrir los desfases salariales.) Las primas pueden usarse para reducir la brecha entre los salarios que se están pagando y unos salarios dignos.
Prima: ¿Reciben los trabajadores/as primas para proyectos comunitarios democráticamente gestionados	**No aplicable**	Los trabajadores y trabajadoras de las instalaciones de procesamiento o de las fábricas textiles no reciben primas en este concepto, pues el objetivo de Fairtrade International se centra en mejorar sus salarios, tal como aconsejan los expertos en derechos laborales.	0 **1** 2 3	Quienes compran pagan una prima que oscila entre el 1% y el 10% (o más incluso, si sus salarios están aún muy lejos de unos salarios dignos). Un comité democráticamente elegido es el encargado de gestionar estos fondos, que pueden ser distribuidos como extras para reducir la brecha entre el salario mínimo obligatorio y un salario digno, o bien pueden ser invertidos en necesidades sociales identificadas por los trabajadores/as.
CRITERIOS SOCIALES				
Horas extras: ¿tienen los trabajadores/as libertad para rechazar las horas extras en todo momento?	0 1 2 **3**	Las horas extras siempre deben ser voluntarias. Deben además ser compensadas mediante un extra que aumente su valor a 1,5 veces el valor de una hora de trabajo habitual; trabajar en vacaciones, por la noche o en el día de descanso debe pagarse al doble de una hora de trabajo habitual ------>	**0** 1 2 3	Aunque las empresas deben contar con un procedimiento por escrito para las horas extras que determine que estas deben ser siempre voluntarias, la fábrica puede exigir a sus trabajadores/as que realicen horas extras cuando sea necesario para cumplir con pedidos urgentes (no planificados), o bien cuando el incremento del pago extra no atraiga a personas voluntarias suficientes ------>

CRITERIOS SOCIALES				
Horas extras: ¿tienen los trabajadores/as libertad para rechazar las horas extras en todo momento?	0 1 2 **3**	------> (salvo que la legislación nacional, el convenio colectivo o los acuerdos con los sindicatos dispongan otra cosa al respecto); se debe informar a los trabajadores/as sobre estos pagos extras.	**0** 1 2 3	------> (salvo que hacer esto esté prohibido por la legislación nacional o por el convenio colectivo). La compensación por las horas extras debe ser acordada con antelación y por escrito, y respetar las regulaciones de horas extras legales o negociadas. Las horas extras deberían ser siempre exclusivamente voluntarias y mejor pagadas que las horas de trabajo habituales.
Salud y seguridad ¿Se exige a los empleadores/as que protejan a los trabajadores/as y que promuevan su salud y seguridad?	0 1 **2** 3	Existen estándares al respecto, se debe aportar formación a los trabajadores y trabajadoras y existe un responsable de salud y seguridad para detectar problemas y supervisar las soluciones. También se ofrecen orientaciones y atención médica regular y gratuita. Sin embargo, no se exige el cumplimiento de estas medidas ni una evaluación de riesgos al respecto hasta el año 3. Todos los trabajadores/as deberían recibir formación sobre salud y seguridad antes del año 3.	0 **1** 2 3	Si bien se exigen la implementación de políticas y cursos de salud y seguridad, y existe un responsable de detectar problemas al respecto y de supervisar las soluciones, solo el 1% de la mano de obra debe recibir formación de primeros auxilios, solo el 20% debe saber cómo usar un extintor y solo aquellos trabajadores/as expuestos a sustancias químicas potencialmente peligrosas tienen asegurados exámenes médicos gratuitos. Todos los trabajadores y trabajadoras deberían recibir formación sobre salud y seguridad.
CRITERIOS DE GOBERNANZA				
Sindicatos, negociación colectiva y autogestión ¿Se exige a las organizaciones que apoyen a aquellos trabajadores/as que quieran informarse sobre, organizar o adherirse a sindicatos, e intentar colectivamente acordar un convenio colectivo?	0 1 2 **3**	Las empresas deben apoyar a los trabajadores/as para unirse en sindicatos. No deben haber cometido ninguna violación de la libertad de asociación ni de la negociación colectiva durante los dos años anteriores a su solicitud de certificación. No se permite la certificación en países donde la negociación colectiva y la libertad de asociación no sean legales. Las empresas deben respetar los acuerdos del convenio colectivo. Si estos no existen, la empresa debe promoverlos activamente. Si existen convenios colectivos del sector textil, la empresa debe firmarlos y atenerse a los mismos. Si la negociación colectiva solo tiene lugar a escala de la empresa, los acuerdos resultantes nunca pueden ser peores que el resto de convenios del sector. ------>	0 **1** 2 3	Las empresas deben informar a los trabajadores/as que son libres de adherirse al sindicato que elijan sin temer represalias, y deben ofrecer información al respecto procedente de fuentes independientes. Las empresas deben respetar los convenios colectivos acordados pero no están obligadas a apoyar el desarrollo de nuevos acuerdos. ------>

CRITERIOS DE GOBERNANZA				
Sindicatos, negociación colectiva y autogestión ¿Se exige a las organizaciones que apoyen a aquellos trabajadores/as que quieran informarse sobre, organizar o adherirse a sindicatos, e intentar colectivamente acordar un convenio colectivo?	0 1 2 **3**	------> En ausencia de convenios colectivos sectoriales o de empresa, si los trabajadore/as deciden, libre y voluntariamente, no adherirse ni formar un sindicato (y no están legalmente obligados a hacerlo), la empresa debe implicarse proactivamente en un proceso de negociación colectiva con los representantes elegidos de los trabajadores/as.	0 **1** 2 3	------> Este certificado está presente en países donde la negociación colectiva y la libertad de asociación están restringidas por ley, por lo que, en tales circunstancias, esta política no es aplicable y los trabajadores/as carecen de derechos de organización.
Gobernanza: ¿Los trabajadores y trabajadoras del textil tienen voz en los órganos de dirección?	0 1 2 **3**	Se debe aportar formación en términos de legislación laboral o de capacidades de negociación a un comité democráticamente elegido o nombrado por el sindicato (compuesto en un 75% de trabajadores como mínimo y en un 25% de directivos/as como máximo, y que refleje la composición demográfica de la mano de obra). Este comité debe realizar auditorías internas trimestrales, gestionar reclamaciones, recomendar reformas para abordar incumplimientos y tomar actas de las reuniones y ponerlas a disposición del resto de trabajadores/as. Las empresas deben firmar un protocolo de libertad de asociación que les prohíba interferir o influir en las asociaciones de trabajadores/as.	**0** 1 2 3	Los trabajadores/as carecen de la opción de nombrar a representantes en el Consejo de Administración o en el Consejo Consultivo.
Empoderamiento ¿Se anima a los trabajadores/as a la negociación colectiva?	0 1 2 **3**	Las empresas deben respetar los convenios colectivos sectoriales. Si estos no existen, las empresas deben promover proactivamente la negociación colectiva, si esta práctica está legalmente permitida.	**0** 1 2 3	No se exige ni se promueve la negociación colectiva. Allí donde la libertad de asociación y la negociación colectiva están restringidas, se debería permitir a los trabajadores/as que elijan a sus propios representantes sin influir en el proceso.

	FAIRTRADE INTERNATIONAL TEXTILE STANDARD		FAIR TRADE CERTIFIED FACTORY STANDARD FOR APPAREL AND HOME GOODS	
CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES				
Sustancias peligrosas: ¿Están prohibidas las sustancias altamente peligrosas?	0 1 2 **3**	Las sustancias recogidas en las siguientes tres listas están prohibidas desde el momento de la certificación inicial: 1) La lista de sustancias muy preocupantes del Reglamento REACH de la UE; 2) OEKO-TEX® (de la Asociación Internacional de Investigación y Ensayo en el Campo de la Ecología Textil); 3) Lista de sustancias prohibidas por el estándar Global Organic Textile.	0 **1** 2 3	Están prohibidas aquellas recogidas en la lista de sustancias restringidas de la American Apparel and Footwear Association (AAFA). Aquellas recogidas en la lista de sustancias muy preocupantes del Reglamento REACH de la UE se prohíben al cabo de tres años. Todas estas sustancias deberían estar prohibidas en el momento de la certificación inicial.

Resumen

El objetivo de Fairtrade International al crear un estándar textil era de abordar las condiciones laborales en toda la cadena de suministro de ropa fabricada con fibras sostenibles. El movimiento obrero ha contribuido a la creación de estos estándares, que son aplicables a todos los operadores en la cadena de suministro textil. Estos estándares textiles de Fairtrade International dan voz a los trabajadores y trabajadoras en los órganos de dirección, además de exigir la representación de los trabajadores y trabajadoras, la negociación colectiva y unos salarios dignos. Se promueve además los procesos de tomas de decisiones democráticas entre agricultores/as y trabajadores/as. Y este estándar solo es aplicable en aquellos países y regiones donde es posible la libertad de asociación. No incluye primas, como todos los demás estándares de Fairtrade International, pues se centra más en promover salarios dignos para los trabajadores y trabajadoras, como aconsejan los expertos laborales. No es obligatorio para obtener este certificado que el algodón sea de comercio justo, se pueden usar igualmente "fibras responsables" de una lista autorizada por Fairtrade International. Esta incluye programas sin estándares sociales (como, p. ej., el algodón cultivado en Estados Unidos).

Aunque los estándares textiles de Fair Trade USA presentan muchas deficiencias, esta organización los ha implantado en contra de la opinión de los expertos laborales y de la comunidad "Sweat Free" de Estados Unidos. No exigen la representación de los trabajadores y trabajadoras en las fábricas, estos tampoco están presentes en el comité de establecimiento de estándares y solo se debe auditar la última etapa del proceso productivo. Además, permite certificar a fábricas en países donde la organización sindical está prohibida. No se exigen tampoco salarios dignos y las primas pueden usarse para reducir la brecha entre los salarios que se pagan y un salario digno, lo que resulta problemático por varias razones. Para empezar, las primas son gestionadas por un comité en el que la dirección tiene poder de veto sobre las decisiones de los representantes de los trabajadores/as. Además, aunque una fábrica pueda contar con algunas entidades compradoras de comercio justo, es muy común que estos no constituyan la mayoría de sus contratos, por lo que el dinero recaudado por vía de estas primas no suele ser suficiente para cubrir la brecha salarial.

© Archivo CECJ

3 UNA PANORÁMICA DE LAS PRINCIPALES INICIATIVAS DE COMERCIO JUSTO LOCAL

Introducción

A caso el concepto de comercio justo debe limitarse a ciertas fronteras geográficas? Tras algunas iniciativas desarrolladas en ambas orillas del Atlántico por militantes utópicos y por anarquistas durante el siglo XIX (Hall, 1974; Bayon, 2000), la idea de implantar un comercio justo "interior" o "local" ha resurgido recientemente tanto en el Norte como en el Sur.

> ***Algunos sellos inicialmente centrados en los países en desarrollo han ampliado su alcance geográfico para incluir a los países de la OCDE, con la idea de promover un concepto de comercio justo universal, independientemente de dónde se ubiquen los grupos productores.***

De forma similar, algunos productos de comercio justo inicialmente orientados a su consumo en los países de la OCDE ya están siendo comercializados y consumidos también en su ámbito local; por ejemplo, el té de comercio justo en India. Están apareciendo también numerosas iniciativas locales que, aunque no procedan del movimiento de comercio justo (como los movimientos campesinos, la agroecología, la economía solidaria y otros movimientos sociales), están adoptando muchos de sus principios, además de recurrir en algunos casos también a uso de sellos (Barrientos et al., 2007; Brown & Getz, 2015; Coscione & Mulder, 2017). También se están extendiendo en todo el mundo las iniciativas de Ciudades Justas, en las que se promueve el consumo local de productos de comercio justo (Human & Crowther, 2011; Peattie & Samuel, 2016).

Desde los comienzos del nuevo milenio, el concepto de comercio justo se ha ido convirtiendo en una cuestión importante tanto para los movimientos sociales del Norte como para los del Sur.

En el Norte Global, se ha producido un debate clave entre quienes defienden mantener estrictamente el modelo clásico de comercio justo Norte-Sur y quienes defienden un nuevo modelo más universal. En Francia, por ejemplo, en 2008 este debate bloqueó la adopción de estándares de comercio justo por parte de la organización francesa de estandarización. Pero el debate ha cambiado desde entonces y el sector de comercio justo francés acabó apoyando una ley promulgada en 2014 que afirmaba que el comercio justo constituye una necesidad universal (Carimentrand, 2012). Quienes defienden la ampliación del movimiento de comercio justo sostienen que muchos agricultores/as del Norte Global también pueden sufrir marginación económica y tienen a menudo que afrontar situaciones difíciles.

Las organizaciones agrícolas marginadas del Norte se enfrentan a injusticias similares a las del Sur, por las mismas causas y compartiendo las mismas responsabilidades. Muchas personas creen que se necesita llevar a cabo las mismas actuaciones para mejorar estas situaciones de injusticia. Pero quienes están en contra de la universalización del comercio justo temen que esta acabe diluyendo su causa.

Según estas personas, la extensión del movimiento de comercio justo a relaciones locales Norte-Norte o Sur-Sur podría alterar gravemente tanto el concepto de equidad como la organización concreta de las relaciones comerciales (Le Velly, 2011).

Mientras tanto, **están surgiendo nuevas iniciativas de comercio justo local.** En Francia, la empresa Ethiquable ha presentado una marca comercial llamada "Paysans d'ici" ('Campesinos de aquí') para toda una serie de productos franceses, mientras la organización BioPartenaire ha desarrollado el sello "Biosolidaire". En esta misma línea, miembros del movimiento ecologista han presentado numerosas iniciativas que también incorporan prácticas de comercio justo. Es el caso en Alemania, donde Naturland ha desarrollado los estándares Naturland Fair. Las cadenas de distribución de productos ecológicos cada vez ofrecen más productos de comercio justo, a veces con su propia marca, con el objetivo de desarrollar partenariados justos y a largo plazo con agricultores/as ecológicos locales, a menudo organizados en cooperativas. Este es el caso, por ejemplo, de la cadena francesa de tiendas Biocoop, que en 1999 presentaron la marca "Ensemble solidaires avec les producteurs" ('Juntos solidarios con los productores'). Y si estos ejemplos constituyen iniciativas particulares, existen otras que abarcan a múltiples partes interesadas, pues han sido desarrolladas gracias a la colaboración de sindicatos, ONG y empresas compradoras, como el sello Responsibly Grown, Farmworker Assured en Estados Unidos. El comercio justo está siendo percibido como una nueva oportunidad para muchos pequeños agricultores/as en un contexto de reducción de las regulaciones públicas (como el final de las cuotas lácteas en Europa) (Chiron, 2015). Constituye también una oportunidad para acelerar la transición ecológica, en la medida en que unos precios más justos pueden ayudar a los agricultores/as a que lleven a cabo la transición hacia la agroecología (Le Basic, 2019). En Europa, el foco está puesto pues en unos precios más justos para los pequeños grupos agrícolas. En Estados Unidos, donde el sector agrícola está ampliamente copado por grandes explotaciones, el foco se centra más en cambio en las condiciones de los trabajadores y trabajadoras agrícolas (Brown & Getz, 2015).

Y como un fenómeno más reciente, cabe mencionar también **una serie de iniciativas "cercanas al comercio justo" desarrolladas por asociaciones de consumidores y consumidoras o supermercados que siguen o apoyan esta tendencia a favor de un comercio justo local.**

Pero estas iniciativas no se limitan al Norte Global. De hecho, en numerosos países del Sur está floreciendo una clase media que también es público objetivo de los productos de comercio justo. México, Brasil, Sudáfrica, Kenia e India están desempeñando un papel pionero en el comercio justo local en países del Sur. Comercio Justo México se formó en 2001 con el objetivo de desarrollar un mercado interior de comercio justo, mientras Certimex ha creado un manual de autoevaluación para cooperativas (Renard & Pérez-Grovas, 2007). En Brasil, el comercio justo se ha convertido ya en un tema importante para los movimientos populares e incluso en las políticas públicas (Wilkinson & Mascarenhas, 2007b). En 2010 se creó formalmente un sistema nacional de comercio justo y solidario con el fin de promover el desarrollo fomentando la economía social, pero los cambios políticos en 2016 han minado estas dinámicas (Bossle et al., 2017).

Inspirándose en los modelos de comercio justo de Brasil y Filipinas, en 2013 se creó Fair Trade India, dentro del marco de Fairtrade International. Su objetivo consiste en promover las ventas de productos de comercio justo en el mercado interior indio. De esta manera, una red nacional de Organizaciones de Comercio Alternativo (OCA) se encarga de fomentar las ventas locales de comercio justo a través de tiendas de la marca para minoristas Fair Trade Forum India. En África, varias ONG como ENDA también están promoviendo las ventas locales en Senegal y, más recientemente, también en Túnez. En Burkina Faso, tres pequeñas cooperativas lácteas están comercializando leche bajo la marca FairFaso. En 2015, Fair Trade Líbano presentó el sistema de garantía TEQ (transparencia, ética y calidad).

En este contexto, e**l presente capítulo tiene como objetivo presentar una panorámica de las principales iniciativas de comercio justo interior o local.** Este apartado ilustra la enorme variedad de marcas y sellos de comercio justo local que han aparecido en todo el mundo.

> ***Definimos el "comercio justo local "como una forma de partenariado entre actores implicados en las cadenas de suministro que incluye precios y salarios justos, contratos a largo plazo, el desarrollo de capacidades sobre temas organizacionales y técnicos, un funcionamiento democrático de las organizaciones agrícolas y criterios sociales y ecológicos.***

Los mercados agrícolas locales (por ejemplo, en Latinoamérica) o los circuitos cortos de distribución (como los CSA en Estados Unidos o AMAP en Francia) no están incluidos en esta definición, si bien cada vez están logrando una mayor implantación en sus territorios.

Estos no entran en el ámbito de actuación del comercio justo local porque carecen de unas políticas claras en cuanto a la fijación de precios y las relaciones comerciales no siempre están formalizadas. Es más, muchos tampoco reclaman claramente la organización colectiva de los productores y productoras ni de sus actividades.

El contexto legal a veces ofrece un marco adecuado para los actores implicados en las cadenas de distribución que deseen participar en el movimiento del comercio justo, pero no siempre es así. Por ejemplo, la creciente demanda de productos alimenticios locales y de comercio justo, así como un creciente uso abusivo del término "comercio justo", condujo a que algunos defensores de este movimiento (incluyendo a organizaciones agroecológicas de base, ONG y empresas comprometidas con el comercio justo) hicieran un llamamiento al Gobierno francés para que creara una definición legal del "comercio justo". Así, Francia promulgó dicha definición legal en 2005, ampliándola en 2014 para incluir también el comercio justo interior. Esta legislación siguió a una iniciativa asociativa que redactó y promovió una declaración con los principios clave para desarrollar partenariados justos. Los contenidos y principios a los que aspiran estas iniciativas de comercio justo local están por lo tanto siempre adaptadas a las condiciones locales.

En este capítulo distinguimos cuatro tipos de iniciativas de comercio justo local presentadas en cuatro apartados diferentes: (Apartado 1) Sellos de comercio justo con alcance universal; (Apartado 2) Sellos de comercio justo con alcance nacional; (Apartado 3) Marcas de comercio justo sin sello; (Apartado 4) Iniciativas que reclaman precios justos para agricultores/as o trabajadores/as. Los sellos de la primera categoría pueden ser usados en todo el mundo, por lo que deben diseñarse con un marco que permita su adaptación a cualquier contexto. En cuanto a los sellos y marcas de ámbito nacional, estos suelen estar mejor diseñados para responder a las necesidades y expectativas locales.

Sellos de comercio justo con alcance geográfico universal

Algunos sellos inicialmente centrados en los países en desarrollo han ampliado su alcance geográfico para incluir a los países de la OCDE, con la idea de promover un concepto de comercio justo universal, independientemente de dónde su ubiquen los grupos productores. Paralelamente, productos del Sur inicialmente orientados hacia los mercados de los países de la OCDE ahora también son consumidos en el ámbito interior.

FAIR FOR LIFE

Fair for Life considera el comercio justo un concepto universal. Pero sus estándares consideran que el comercio justo interior en Europa o en Estados Unidos presenta un "contexto social muy favorable". Por eso, en estos casos las primas (fondos para el desarrollo) se reducen a su mínimo del 1% del precio justo. Véase el análisis al respecto en el Capítulo 2, página 26.

WFTO

En diciembre de 2017, sus miembros votaron a favor de ofrecer el Sistema de Garantía de la WFTO también a grupos productores del Norte Global. Para poder acceder a este sello, los los grupos agricultores del Norte deben poseer un certificado ecológico autorizado, o hallarse en un proceso de transición hacia la agroecología o estar implicados en algún sistema de garantía participativo. A día de hoy, ningún grupo productor del Norte ha sido aún auditado. Véase el análisis al respecto en el Capítulo 2, página 84.

NATURLAND FAIR

Derivado de la asociación internacional de agricultores/as Naturland, este sello se ha centrado desde el principio principalmente en grupos agricultores ecológicos, tanto en el Sur como en el Norte Global. Sus estándares se aplican de igual manera a ambas regiones geográficas, con unas pocas excepciones en cuanto a la obligatoriedad de las primas de desarrollo en el contexto del Sur. Véase el análisis al respecto en el Capítulo 2, página 60.

FAIR TRADE USA

Fair Trade USA comenzó como una organización de certificación básicamente orientada a los pequeños grupos agricultores del Sur Global. Pero en 2016 comenzó a certificar en cualquier país y en cualquier sector, salvo la ganadería y los productos lácteos. En el momento de elaboración de este informe, ya certifica también a explotaciones agrícolas de EEUU y Canadá que producen frutas y verduras. Se trata principalmente de grandes plantaciones con mano de obra contratada, sin requisitos formales en cuanto a la participación de los trabajadores y trabajadoras en los órganos de gobernanza. Véase el análisis al respecto en el Capítulo 2, página 50.

ATES

En 2019, esta asociación francesa de turismo justo y solidario presentó nuevos estándares para destinos turísticos también en países desarrollados (en 14 países europeos), así como para turoperadores franceses comprometidos con un turismo respetuoso con las poblaciones autóctonas, con el medioambiente y con las culturas locales, y con voluntad de apoyar el desarrollo local. Inspirándose en los estándares de certificación históricos de la ATES, estos nuevos estándares para empresas francesas se componen de criterios de evaluación de la gestión organizacional, de las actividades y colaboraciones turísticas y de su adaptación a contextos locales. Tanto hoteles como restaurantes, así como organizadores de eventos y de excursiones del día, pueden tomar estos estándares como referencia. Las verificaciones de su cumplimiento pueden realizarse sobre el terreno, si bien su actividad principal se centra en las revisiones documentales. Véase el análisis al respecto en el Capítulo 2, página 18.

Sellos de comercio justo con alcance geográfico nacional

Francia

En Francia se promulgó una definición legal del comercio justo en 2005, ampliándola en 2014 para incluir también el comercio justo interior. Así, los productos de comercio justo vendidos en Francia deben atenerse a dicha definición (Ley nº 2014-856, Artículo 94).

BIOPARTENAIRE FiABLE

www.biopartenaire.com

En 2018, Biopartenaire creó un nuevo modelo de control de los partenariados entre grupos productores con certificado ecológico y procesadores ubicados en Francia (llamado FIABLE). Dicho sistema de control combina el seguimiento interno con auditorías externas. Hasta ahora, es aplicable a miembros de Biopartenaire y para productos vendidos en tiendas ecológicas. Pero en un futuro cercano, es posible que se extienda a otros grupos productores y minoristas. El estándar FIABLE también puede ser usado como modelo de control para organismos propietarios de marcas que venden ingredientes del Sur certificados de comercio justo (en dichos casos, las organizaciones productoras y de mayoristas deben poseer el certificado de Fair for Life con algunos requisitos adicionales, como que la producción sea ecológica y que realice contratos a lo largo de toda la cadena de distribución).

11 organizaciones agrícolas francesas (que reúnen a 600 agricultores/as) y 13 empresas poseen ya el sello de este estándar en varios de sus productos.

CRITERIOS ECONÓMICOS	
0 1 2 **3**	Exige un precio mínimo garantizado durante por lo menos 3 años. El sistema de primas (financiación del desarrollo) debe implementarse desde el año 1.
CRITERIOS SOCIALES	
0 1 2 **3**	Exige unos compromisos de responsabilidad social corporativa a las empresas y organizaciones productoras (que prohíbe, por ejemplo, la contratación de trabajadores/as a través de Empresas de Trabajo Temporal), así como mejoras progresivas para las explotaciones agrícolas.
CRITERIOS DE GOBERNANZA	
0 1 2 **3**	En los casos de agricultura por contrato, los agricultores y agricultoras implicados deben desarrollar planteamientos colectivos.
CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES	
0 1 2 **3**	Exige que los productos sean totalmente ecológicos y que las empresas tengan unos compromisos de responsabilidad social corporativa, así como exige también planes de mejoras progresivas tanto para las empresas como para las explotaciones agrícolas.

Sellos de comercio justo con alcance geográfico nacional

AGRI-ÉTHIQUE

www.agriethique.fr

Agri-Éthique fue creado en 2013 por una cooperativa agrícola con el fin de intentar controlar la volatilidad de los precios del sector cerealero. En septiembre de 2018, se reestructuró para convertirse en un estándar de comercio justo aplicable en Francia. Tanto el estándar como los controles son gestionados por el organismo de certificación Certipaq.

15 organizaciones agrícolas (que reúnen a 1200 agricultores) colaboran con 22 empresas bajo este estándar en productos de sectores como el panadero, el ovolácteo y el cárnico.

CRITERIOS ECONÓMICOS

0 1 2 **3**

Las primas se hallan directamente incluidas en el precio justo y están destinadas a nutrir un fondo de desarrollo principalmente dedicado a cuestiones medioambientales.

CRITERIOS SOCIALES

0 1 **2** 2

Aunque no plantea requisitos sociales relativos a los trabajadores/as agrícolas (salvo el respeto de la legislación laboral francesa), se promueve que todos los miembros adopten los compromisos de responsabilidad social corporativa.

CRITERIOS DE GOBERNANZA

0 1 2 **3**

Este sistema se centra en las cooperativas agrícolas.

CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES

0 **1** 2 3

Se pueden aplicar varios estándares medioambientales a la producción, si bien algunos no prohíben explícitamente los OGM o carecen de una lista de sustancias peligrosas. Sin embargo, la proporción de la producción ecológica en la cadena de valor de Agri-Éthique es significativa (más del 35%) y se halla en rápido crecimiento.

Estados Unidos

En Estados Unidos, los productos alimenticios proceden principalmente de grandes explotaciones agrícolas que contratan a numerosos trabajadores y trabajadoras. Por esto, los sellos estadounidenses tienden a centrarse en los derechos laborales.

AGRICULTURAL JUSTICE PROJECT

El Agricultural Justice Project (Food Justice Certified) fue fundado por organizaciones de trabajadores/as y propietarios/as agrícolas para diseñar los estándares del sello Food Justice, un programa estadounidense de criterios para las relaciones de entidades propietarias agrícolas con sus trabajadores/as y de las compradoras con los agricultores/as. El principal enfoque de este programa se centra en la justicia laboral en pequeñas explotaciones agrícolas no organizadas.

CRITERIOS ECONÓMICOS

0 1 2 **3**

Se exigen salarios dignos. Si, por alguna razón, los salarios se hallan por debajo del cálculo de un salario digno en el contexto local, se exige el diseño de un plan de contingencia con plena transparencia para los trabajadores/as agrícolas. Inicialmente se permitía el pago por pieza, pero esto ha sido finalmente eliminado.

CRITERIOS SOCIALES

0 1 2 **3**

Unos sólidos criterios sociales que incluyen la libertad de asociación, el derecho a la negociación colectiva, compromisos a largo plazo, normas antidiscriminación y requisitos de alojamiento seguro y adecuado. Se promueve que los contratistas trabajen con las asociaciones agrícolas para satisfacer sus necesidades.

CRITERIOS DE GOBERNANZA

0 1 2 **3**

Se trata de un programa gestionado por los trabajadores/as agrícolas con elevados estándares que incluyen la presencia de sus representantes tanto en los órganos gobernanza como en los procesos de control e implementación de medidas sobre el terreno.

CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES

0 1 2 **3**

Una agricultura sostenible, ecológica y segura constituye uno de los pilares básicos del programa, lo que beneficia a los trabajadores/as, a los propietarios/as agrícolas, al planeta y al público consumidor.

EQUITABLE FOOD INITIATIVE

La Equitable Food Initiative (EFI) consiste en una colaboración de los actores implicados, incluyendo a los sindicatos, ONG y empresas compradoras, que establecen conjuntamente estándares para un Cultivo Responsable mediante el sello Farmworker Assured, que se centra en criterios sociales y de seguridad alimentaria.

CRITERIOS ECONÓMICOS

0 1 2 **3**

Se plantea como objetivo la elevación de los salarios, si bien no explicita el requisito de alcanzar un salario digno. Se permite el pago por pieza, siempre que cumpla con un pago mínimo por hora.

CRITERIOS SOCIALES

0 1 2 **3**

Establece un sistema de denuncia de los trabajadores y trabajadoras (24 horas / 7 días) que les permite informar sobre incumplimientos de forma anónima vía telefónica, protegiéndolos así de toda represalia patronal. Los trabajadores/as tienen libertad de asociación, pero esta no es obligatoria y los equipos de los órganos directivos pueden ser tanto elegidos como nombrados, o una mezcla de ambas cosas.

CRITERIOS DE GOBERNANZA

0 1 2 **3**

Las organizaciones de trabajadores/as agrícolas constituyen los miembros fundacionales de esta iniciativa; los componentes de los equipos auditores y de órganos de dirección deben seguir una muy amplia formación. No se concede, en cambio, mucha importancia a una organización democrática de los trabajadores/as.

CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES

0 1 2 **3**

No se exige que la producción sea ecológica. Pero sí se requiere un plan de gestión integral de las plagas, acompañado de la asesoría de un experto externo. Se debe ofrecer a los trabajadores formación en mitigación de riesgos asociados a los plaguicidas, así como unos equipos de protección adecuados sin coste alguno.

FAIR FOOD

La Coalition of Immokalee Workers (CIW) ha diseñado estándares para su Fair Food Program (FFP), un programa inicialmente desarrollado por y para los trabajadores y trabajadoras del sector tomatero en Florida pero que ha extendido su modelo a otros cultivos y regiones.

CRITERIOS ECONÓMICOS

0 1 2 **3**

Este es un tipo de programa diferente que busca elevar los salarios de los trabajadores y trabajadoras certificando a los minoristas. Los trabajadores/as participantes reciben una prima cuando los minoristas registrados les compran sus cosechas. Se plantea pues como objetivo la elevación de los salarios, lo que constituye una motivación para registrar a más entidades compradoras, si bien no se explicita el requisito de alcanzar un salario digno. Se permite el trabajo a destajo pero de forma muy regulada, lo que ha conducido a un incremento registrado del 10% en los salarios. El control de horarios es gestionado por los propios trabajadores/as, sin necesidad de supervisión, y estos deben cobrar por todo el tiempo que pasan en el campo.

CRITERIOS SOCIALES

0 1 2 **3**

Un sistema de denuncia, 24 horas x 7 días, que cuenta con un equipo de inspección que gestiona las quejas ha resultado clave para reforzar este programa, que además publica con transparencia toda la información sobre la cantidad y tipos de denuncias presentadas. Los propios trabajadores/as agrícolas desarrollan cientos de cursos sobre "Conoce tus derechos" en todas las explotaciones participantes. Se exige a cada explotación agrícola que contrate directamente a sus trabajadores, excluyendo así a las agencias contratistas intermediarias.

CRITERIOS DE GOBERNANZA

0 1 2 **3**

Se trata de un programa gestionado por los trabajadores y trabajadoras agrícolas, con poderosos mecanismos de denuncia, investigación y lucha contra los abusos laborales.

CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES

0 1 2 3

No se exige el certificado ecológico y carece de requisitos de reducción de plaguicidas o de transición hacia alternativas menos tóxicas.

Líbano

LEBANON TEQ

El sistema de garantía TEQ (Transparency, Ethics and Quality) nace en 2015 de mano de Fair Trade Lebanon con el fin de ayudar a las pequeñas organziaciones agrícolas y a las pequeñas empresas de procesamiento a que mejoren la calidad de sus productos y su acceso a mercados locales, pero también su acceso a sellos y mercados internacionales. A día de hoy hay 27 cooperativas de pequeños productores y procesadores que han adoptado este sistema TEQ.

CRITERIOS ECONÓMICOS

0 1 **2** 3

Los requisitos para entidades compradoras y minoristas están pendientes de ser aclarados.

CRITERIOS SOCIALES

0 1 2 **3**

Plantea criterios de no discriminación y se centra en el apoyo a los derechos humanos y a unas buenas condiciones laborales.

CRITERIOS DE GOBERNANZA

0 1 2 **3**

Introduce principios democráticos en la gestión tanto de las organizaciones agrícolas como de trabajadores y trabajadoras.

CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES

0 1 2 **3**

Entre sus requisitos se incluyen estándares sobre la gestión de residuos y la gestión del agua, con el fin de minimizar los daños al medio ambiente, y prohíbe el uso de OGM. Se fomenta el certificado ecológico.

India

FAIR TRADE INDIA

La red nacional de Fair Trade en India (Fair Trade Forum – India (FTF-I), miembro de la WFTO, presentó en 2010 Fair Trade India Brand, como una marca de minoristas, con el fin de cubrir el mercado interior. Esta marca está reservada para tiendas propiedad de organizaciones de producción o de comercialización de comercio justo que sean miembros de FTF-I (29 tiendas en 2018). Para ser miembro de FTF-I, las organizaciones deben seguir los principios de comercio justo de la WFTO (véase el análisis de los principios de la WFTO en el Capítulo 2). En el caso de las franquicias, estas deben someterse a inspecciones *in situ.*

© Creative Handicraft

Marcas de comercio justo sin sellos

Algunos minoristas y mayoristas del Norte Global también están desarrollando marcas centradas en el comercio justo local, pero sin estándares de certificación. Pero a medida que, previsiblemente, este mercado de comercio justo local vaya creciendo en los próximos años, es probable que estas marcas acaben convirtiéndose en sellos o garantías de terceros.

Francia

BIOCOOP

www.biocoop.fr

La marca "Ensemble solidaire avec les producteurs" fue creada por BIOCOOP en Francia en 2000 para desarrollar relaciones comerciales especiales con organizaciones de agricultores 100% ecológicos. Desde 2015, los estatutos de la marca —definidos por Biocoop y los 20 grupos agrícolas implicados (que reúnen a 2300 productores y productoras)— incluyen todos los principios del comercio justo. La aplicación de estos estatutos es controlada por un auditor externo (Ecocert). Esta marca ampara la venta de más de 700 productos diferentes (desde frutas y verduras hasta productos lácteos, carne, cereales etc.).

ETHIQUABLE

www.ethiquable.coop

La marca "Paysans d'ici" fue desarrollada en 2011 por Ethiquable, una empresa francesa totalmente dedicada al comercio justo y que trabaja principalmente con grupos productores del Sur. Esta marca se basa en un sistema de supervisión interna. Hay 12 grupos agrícolas que venden sus productos a través de ella.

Existen en Europa también otras iniciativas. En Italia, las tiendas de comercio justo de Altro Mercato también han desarrollado una marca propia llamada SOLIDARE ITALIANO de partenariado con organizaciones productoras italianas. Sus criterios son muy similares a los estándares de la WFTO. En Bélgica, la red global de tiendas de Oxfam Magasins du Monde también ha desarrollado unos estatutos para productos de comercio justo local.

Iniciativas que reclaman precios más justos para agricultores y agricultoras o trabajadores y trabajadoras

Francia

C'EST QUI LE PATRON ?!

La marca "C'est Qui le Patron ?!" se inició en Francia para productos lácteos, centrándose en precios más justos para los ganaderos/as y en estándares medioambientales. Pero quienes ostentan su propiedad ya están incluyendo otros criterios de comercio justo para algunos productos (compromiso de compra a largo plazo, primas para proyectos colectivos). A pesar de ello, la mayoría de sus productos no se atienen a los criterios del comercio justo.

En Suiza, Francia, Luxemburgo, Bélgica, Austria, Alemania e Italia existe un amplio abanico de marcas lácteas que incluyen en su publicidad argumentos relacionados con el precio justo.

FAIR MILK

Algunas marcas se inspiran y orientan por el proyecto de comercio justo lácteo de la European Milk Board (EMB), una plataforma de asociaciones y de lobbies de grupos productores lácteos de diversos países europeos. La EMB establece un precio mínimo para las explotaciones lecheras que asegure la supervivencia de la producción láctea local. También se han desarrollado iniciativas similares en países del Sur Global (en Burkina Faso en África occidental, por ejemplo).

Existen igualmente otras marcas desarrolladas por supermercados y cooperativas ganaderas.

Bélgica

JUSTE PRIX

www.prixjuste.be

El estándar "Prix Juste Producteur" fue presentado a finales de 2017 por el órgano representante de agricultores nacionales belgas Collège des Producteurs. ASBL SOCOPRO, una rama del Collège des Producteurs, se hace cargo del control. Este sello se centra en las relaciones comerciales entre organizaciones agricultoras y compradoras, si bien no habla explícitamente de comercio justo. Lo que pretende es organizar unos estándares y un sistema de control sencillos, flexibles y accesibles. No se reclama pues como un sello de comercio justo, pues se centra solo en criterios económicos, sin abordar cuestiones sociales, medioambientales o de gobernanza.

En 2018, había unos 30 sistemas de certificación en desarrollo en diversos sectores, incluyendo el frutal y lácteo.

Conclusión

El incremento de sellos de comercio justo local documentado en este capítulo puede brindar numerosas oportunidades, como la creación de nuevos canales de venta o de nuevas posibilidades de desarrollo. No obstante, este fenómeno también conlleva el surgimiento de nuevos retos para el movimiento de comercio justo: la convivencia de productos de comercio justo local con productos de comercio justo procedentes de países en desarrollo, la proliferación de sellos de comercio justo y la necesidad de una definición y comprensión común del concepto de comercio justo. Estas tres cuestiones pueden influir de forma importante en el futuro desarrollo de este movimiento, por lo que es necesario prestar atención y un seguimiento cercano a las organizaciones de comercio justo y a los actores implicados, como responsables políticos, los investigadores/as y las organizaciones agrícolas.

Lo primero, **un punto controvertido es la competición práctica entre productos de comercio justo local y productos de comercio justo internacional en el ámbito de los mercados y distribuidores del Norte Global.** En la medida en que los nuevos productos sean principalmente propios del Norte Global (como los lácteos, los huevos o la carne), su desarrollo no va a interferir en las ventas de los productos de comercio justo "tradicionales". Pero la aplicación de certificados de comercio justo a productos cultivados tanto en el Norte como en el Sur Global (como flores, arroz, naranjas, etc.) conlleva un riesgo potencial de conflicto. Esto ya está de hecho sucediendo en Francia, donde productos nacionales y los del Sur Global comparten estanterías, además de sellos de comercio justo. Podemos hallar ejemplos de ello con el arroz, el té y la quinoa.

En segundo lugar, **el desarrollo de sellos de comercio justo local puede incrementar la proliferación de sellos y estándares al respecto.** Esta guía internacional sobre sellos de comercio justo es de hecho una respuesta a esta multiplicación de sellos que se identifican como de comercio justo o favorecedores de condiciones laborales más justas. Otro tipo de respuesta sería la creación de organizaciones y regulaciones de alto nivel, como Fairtrade International, la WFTO o Fairtrade Advocacy Office a escala global o plataformas de comercio justo a escala nacional en el Norte y en el Sur. Los actores del comercio justo local ya se están abriendo su hueco en plataformas nacionales en Bélgica, Francia, Italia y Alemania. También se están desarrollando nuevas cooperaciones y sinergias. Varios sellos internacionales de comercio justo ya se están universalizando, como Fair For Life, Naturland Fair, Bio-Partenaire o la WFTO. Puede que otros sigan la misma trayectoria en el futuro.

También estamos asistiendo al desarrollo de "marcas compartidas", que suponen una doble certificación de productos con ingredientes internacionales y locales. Así pues, este desarrollo del comercio justo local también puede abrir nuevas vías de cooperación y sinergia. De hecho, en Francia este surgimiento del comercio justo local está suscitando un renovado interés por el comercio justo en los medios de comunicación, supermercados y entre los consumidores/as. El desarrollo de las ventas locales parece por lo tanto concomitante con un aumento de las ventas del comercio justo internacional, llegando ambas a niveles nunca antes vistos.

En tercer lugar, uno de los retos más fundamentales para el comercio justo local tiene que ver con la definición y comprensión de su propio concepto. En este capítulo hemos evaluado algunos sellos de comercio justo local con el mismo esquema aplicado al comercio justo internacional. La legislación francesa también aplica la misma definición al comercio justo internacional que al nacional, al igual que hacen los sellos universales. No obstante, **el concepto de comercio justo local sigue planteando dudas de interpretación.** Por ejemplo, la Unión Europea posee una política de competencia que prohíbe la fijación de precios por parte de varias empresas o grupos agrícolas. Así que no cabría la posibilidad de fijar un precio mínimo común a todas las iniciativas de comercio justo de una región para un producto específico, como suele hacerse entre las redes de comercio justo global. Los precios siempre deben ser el resultado de las negociaciones entre quienes venden y quienes compran. Los acuerdos en torno a precios son invariablemente penalizados, cuando en realidad podrían ayudar a pequeñas organizaciones productoras a incrementar su poder de mercado frente a los grandes grupos compradores (Marette & Raynaud, 2003).

Esta ampliación a nuevos productos y organizaciones productoras del Norte Global requiere el desarrollo de nuevos posicionamientos y criterios. Por ejemplo, la ampliación del abanico de productos a derivados de animales (p. ej., leche o carne) abre el debate en torno al factor del bienestar animal en el concepto de comercio justo. Ya existen en Francia ejemplos de algunas marcas que están usando estándares de comercio justo local para sus productos de origen animal y que han sido galardonadas con premios por sus "prácticas de bienestar animal". Otro ejemplo es el debate sobre **qué modelos agrícolas serían elegibles para su certificación como comercio justo.** Dichas condiciones de elegibilidad deberían abordar cuestiones como el alcance y propiedad de las explotaciones agrícolas, incluyendo cuál debería ser su tamaño y escala para ser consideradas explotaciones familiares, o también el tipo de organizaciones productoras que podrían optar por la certificación. Todos estos debates deberían tener lugar a escala nacional.

Puesto que el comercio justo local posee un fuerte componente geográfico, su encaje en las legislaciones nacionales también puede constituir un tema de gran interés en este contexto.

En resumidas cuentas, todas estas controversias demuestran que los retos planteados por el auge del comercio justo local no solo se están dando en el Norte Global. **Tradicionalmente, en el Sur Global los productos de comercio justo eran principalmente exportados a otros continentes. Pero esta nueva idea de un comercio justo local está abriendo nuevos mercados locales que no existían antes.** Estas ideas de fomento tanto de una producción sostenible como de unas relaciones comerciales más justas en las cadenas de suministro locales también pueden contribuir a la lucha contra la inseguridad alimentaria y la pobreza. Como igualmente pueden promover la relocalización de los sistemas alimentarios, en la medida en que numerosos países del Sur Global —especialmente, en África subsahariana— se han convertido en exportadores netos de productos alimenticios.

Se puede observar una creciente tendencia entre consumidores/as urbanos de países en desarrollo —sobre todo su naciente clase media, pero también turistas y trabajadores/as emigrantes retornados— a comprar productos locales, ecológicos y de comercio justo. Así por ejemplo, mientras en los países del Norte pueden darse conflictos entre arroz de comercio justo local e internacional, el arroz producido en el Sur en vistas a la exportación también puede abrirse nuevos mercados en las cadenas de suministro local, como ya está ocurriendo en India. Por otro lado, ya están surgiendo también en el Sur nuevas cadenas de suministro de productos de comercio justo orientadas a mercados locales.

> ***Tanto en el Norte como en el Sur Global, el concepto de comercio justo puede conducir pues a una ampliación a nuevos productos y a la creación de nuevos mercados imbuidos en los debates en torno a la soberanía alimentaria.***

© Archivo CECJ

Bibliografía

- Définition juridique du commerce équitable en France: Loi n° 2014-856 article 94 : https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000029313296&categorieLien=id#JORFARTI000029313690
- Plateforme pour le commerce équitable, INPACT, FNAB(2014). *Fair trade applied to French agriculture, 14 principles in order to develop small-scall farming and agroecological practises in France*.
- Ballet, J., M.-C. Renard & A. Carimentrand (2012). Le commerce équitable Sud-Sud et l'émergence des labels locaux. *Mondes en développement*, 160(4), p.75.
- Barrientos, S., M. E. Conroy, & E. Jones(2007). Northern Social Movements and Fair Trade. En: L. T. Raynolds, D. Murray & J. Wilkinson (eds.). *Fair Trade. The challenges of transforming globalization*(pp. 51-62), Londres: Routledge.
- Bayon, D.(2000). Michel-Marie Derrion, pionnier coopératif. *Economie et Humanisme,* 354, pp. 32-37.
- Bossle, M. Bonzanini, D. Mülling Neutzling, D. Wegner, & C. C. Bitencourt(2017). Fair trade in Brazil: current status, constraints and opportunities. *Organizações & Sociedade,* 24 (83), pp.655-673. doi: 10.1590/1984-9240836.
- Brown, S. & C. Getz (2015). *Domestic fair trade in the United States. Handbook of Research on Fair Trade*. L. a. T. Raynolds & E. A. Bennett (eds). Northampton, Massachussetts: Edward Elgar Publishing, pp. 174-190.
- Carimentrand, A.(2012). Commerce équitable local. En: V. Blanchet & A. Carimentrand (eds.). *Dictionnaire du commerce équitable.* Versailles: Quae, pp. 54-57.
- Chiron, J. (2015). Biolait: des paysans producteurs ET vendeurs de lait bio, pour un commerce équitable au Nord aussi. *Pour,227*(3), pp. 127-140.
- Coscione, M. & N. Mulder (2017). *El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible.* Santiago de Chile y El Salvador: CEPAL & CLAC.
- Doherty, B., A. Smith & S. Parker (2015). Fair Trade market creation and marketing in the Global South. *Geoforum,67*, pp. 158-171.
- Hall, B. N. 1974. The Economic Ideas of Josiah Warren, First American Anarchist. *History of Political Economy, 6*(1), pp. 95-108. doi: 10.1215/00182702-6-1-95.
- Human, J. & B. Crowther (2011). *Campaigning for Justice. The Fair Trade Revolution*. J. Bowes (ed.). Londres: Pluto Press, pp. 89-106.
- Le Basic, Commerce Équitable France(2019). *Rémunération des producteurs et transition agroécologique: quelles contributions du commerce équitable origine France*.
- Le Velly, R. (2011). Le mouvement Artisans du Monde au miroir du commerce équitable Nord-Nord: entre élargissement et renouvellement du projet et des pratiques. *Ethique et Economique, 8*(2), pp. 152-166.
- Peattie, K. & A. Samuel (2016). Fairtrade Towns as Unconventional Networks of Ethical Activism. *Journal of Business Ethics, 153*(1), pp. 265-282.
- Raynolds, L. T., & E. Bennett(2015). *Handbook of Research on Fair Trade*. Edward Elgar Publishing.
- Tiffen, P. (2019). Who cares about Fair Trade? An introduction to the Journal of Fair Trade and the Fair Trade Society. *Journal of Fair Trade, 1*(1), pp. 1-5.
- Wilkinson, J., & G. Mascarenhas(2007). The making of Fair Trade movement in the South. The Brazilian case. En: L. T. Raynolds, D. Murray & J. Wilkinson (eds.).*Fair Trade. The challenges of transforming globalization*. Londres: Routlegde, pp. 157-179.

© Fairtarde International

© Archivo CECJ

4 ANÁLISIS DE LOS SELLOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y DE LAS INICIATIVAS DE MULTINACIONALES

Introducción

Numerosas compañías multinacionales aseguran hoy en día estar abordando cuestiones de sostenibilidad en sus cadenas de suministro. Pretenden para ello implementar iniciativas que reconcilien los objetivos de desarrollo sostenible con los requisitos de producción de sus proveedores. Para hacerlo, recurren a sellos de desarrollo sostenible ya existentes o bien desarrollan sus propios programas de sostenibilidad.

En ambos casos, exhiben logotipos y vocabulario social y medioambiental en sus comunicaciones, que pueden llevar a confundir a los consumidores/as dichas iniciativas con los sellos de comercio justo.

Sin embargo, sus programas e iniciativas de sostenibilidad no siempre cuentan con estándares encuadrados y auditados por terceros.

Cabe subrayar algunas diferencias importantes con los sellos de comercio justo:

- Estas iniciativas no cumplen los compromisos clave del comercio justo con respecto a las cuestiones económicas que deben afrontar los grupos productores. No exigen a las entidades compradoras que garanticen unos precios justos que cubran adecuadamente los costes de producción. Tampoco les exigen que establezcan compromisos a largo plazo. De forma similar, estos estándares no implementan ningún criterio relativo al pago de primas para proyectos colectivos. Y una cuestión tan significativa como la prefinanciación de los pedidos por parte de las entidades compradoras (a petición de los grupos productores) también está ausente en estos requisitos. Todos estos elementos resultan fundamentales para garantizar a los grupos productores medios económicos que les permitan implementar un desarrollo sostenible: un precio mínimo que cubra adecuadamente sus costes de producción; compromisos a largo plazo que protejan a los agricultores de las fluctuaciones en los precios del mercado global; unas primas que les brinden la oportunidad de desarrollar proyectos colectivos que favorezcan a sus comunidades.
- El objetivo específico de desarrollo de capacidades de las organizaciones productoras es muy endeble o inexistente en estos sellos de desarrollo sostenible y en los programas de las multinacionales.
- Existe una notoria falta de transparencia. Estos programas ofrecen muy poca información a los consumidores/as (sus estándares no suelen estar accesibles en sus páginas web), como tampoco existen estudios de impacto a disposición del público general.

Hoy en día, cada vez es más frecuente ver a multinacionales estableciendo sus propios programas, mezclando objetivos de desarrollo sostenible con los objetivos de calidad de sus proveedores. Pero estas iniciativas solo aportan una información muy limitada al público consumidor y se centran más en acciones de desarrollo que en el cumplimiento de ciertos requisitos. También suelen insertar logotipos en los envases de sus productos acabados como lo haría cualquier sello externo, por lo que están generando una confusión importante con otros certificados que sí cumplen con estándares y controles de terceros.

Es en este contexto en el que este capítulo ofrece un análisis comparativo de varios sellos de desarrollo sostenible y de programas voluntarios de sostenibilidad de multinacionales. Para ello nos vamos a basar en los mismos criterios usados en el Capítulo 2 para analizar los sellos de comercio justo. Vamos a comparar pues los sistemas de garantía y control de tres sellos de desarrollo sostenible (Bronsucro, UTZ – Rainforest Alliance [que se fusionaron en 2017] y Better Cotton Initiative) con cuatro programas voluntarios de sostenibilidad (el Cocoa Plan de Nestlé, el programa AAA Sustainable Quality de Nespresso, Cocoa Life de Mondelēz Life y las Prácticas. C.A.F.E. de Starbucks).

© Archivo CECJ

Programas voluntarios de sostenibilidad

NOMBRE			
COCOA LIFE: MONDELEZ	COCOA PLAN: NESTLÉ	PROGRAMA AAA SUSTAINABLE QUALITYTM DE NESPRESSO	STARBUCKS: PRÁCTICAS C.A.F.E.
LOGOTIPOS			
HISTORIA Y OBJETIVOS			
Lanzado en 2012, el Cocoa Life es un programa centrado en los agricultores que suministran cacao a Mondelēz (200.000 agricultores cacaoteros) en seis países productores de cacao claves: Costa de Marfil, Ghana, Indonesia, India, República Dominicana y Brasil.	Presentado en 2012, el programa Cocoa Plan consiste en una iniciativa sostenible centrada en la cadena de suministro de cacao de Nestlé.	El programa AAA Sustainable Quality™ de Nespresso fue lanzado en 2003, con la colaboración de Rainforest Alliance para desarrollar "prácticas de calidad sostenible" entre los productores cafeteros en 12 países (300 agricultores cafeteros inicialmente, 70.000 en la actualidad).	Las Prácticas Coffee And Farmer Equity (C.A.F.E.), presentadas en 2004, pretenden garantizar que Starbucks compre café cultivado y procesado de forma sostenible mediante una evaluación de los aspectos económicos, sociales y medioambientales de la producción cafetera. También se han desarrollado directrices parecidas para el cacao (2008) y el té.
PRODUCTOS			
Cacao	Cacao	Café	Cacao, café, té
PRINCIPALES MARCAS			
Cadbury, Milka, Côte d'or, Daim, Toblerone, Prince, Lu, Oreo, Suchars, etc.	Nesquik, Nestlé deserts, After Eight, Cookies House, Crunch, Kit Kat, Lion, MilkyBar, Nuts Smarties, Toffee Crisp, Toffo, etc.	Nespresso	Tiendas Starbucks
MEDIDAS DE CONTROL			
Ø	Ø	Ø	Control llevado a cabo por SCS Global Services.

Programas voluntarios de sostenibilidad

VOLUMEN			
El 35% del cacao de Mondelēz International se adquiere ateniéndose a las directrices de Cocoa Life. (120.500 agricultores cacaoteros en 1085 comunidades).	En 2016: 70 cooperativas en Costa de Marfil, 40.000 agricultores cacaoteros.	En 2016, más del 80% del café de Nespresso está certificado por el programa AAA y más del 40% procede de explotaciones agrícolas certificadas por la Rainforest Alliance.	En 2016, casi el 65% de su té era comprado siguiendo las Prácticas TEA. En 2018, el 99% de su café era comprado siguiendo las Prácticas C.A.F.E.
TRANSPARENCIA DE LA INFORMACIÓN			
Los estándares no están accesibles en línea.	Los estándares no están accesibles en línea.	Los estándares no están accesibles en línea.	Los estándares de las Prácticas C.A.F.E. están accesibles en línea. https://www.scsglobalservices.com/services/starbucks-cafe-practices

Sellos de desarrollo sostenible

NOMBRE		
BONSUCRO	**UTZ – RAINFOREST ALLIANCE**	**BETTER COTTON INITIATIVE**
LOGOTIPOS		
BONSUCRO™ BETTER SUGAR CANE INITIATIVE	UTZ Better farming Better future / RAINFOREST ALLIANCE CERTIFIED	BCI Better Cotton Initiative
HISTORIA Y OBJETIVOS		
Bonsucro funciona siguiendo el modelo de relación directa empresa-consumidor (B2C, por sus siglas en inglés). Fundada en 2005, se trata de una asociación global sin ánimo de lucro y compuesta por múltiples actores interesados que se crea para promover una producción, procesamiento y distribución global sostenibles del azúcar de caña. ------>	UTZ-Rainforest Alliance funciona siguiendo el modelo de relación directa empresa-consumidor (B2C). Rainforest Alliance es una ONG fundada en 1986 con el objetivo de preservar la biodiversidad y de mejorar las condiciones laborales. ------>	Fundada en 2005, la Better Cotton Initiative (BCI) consiste en una iniciativa asociativa que opera en el sector algodonero de ocho países. El sistema Better Cotton de la BCI ofrece un enfoque integral de desarrollo e implementación de la sostenibilidad en la producción algodonera. ------>

Sellos de desarrollo sostenible

HISTORIA Y OBJETIVOS		
----> Se compone de una comunidad de más de 500 miembros de más de 40 países, pertenecientes a todos los elementos de la cadena de distribución, incluyendo a agricultores/as, molineros/as, intermediarios comerciales, entidades compradoras y organizaciones de apoyo. Sus estándares evalúan los resultados de las prácticas implementadas en los ámbitos de las explotaciones azucareras y de los molinos. Contienen principios y criterios para lograr una producción sostenible del azúcar de caña y de todos sus productos derivados.	----> El programa UTZ fue iniciado en 1999 para promover un comercio responsable basándose especialmente en criterios sociales y medioambientales. En 2019, Rainforest Alliance y UTZ van a publicar un nuevo programa de certificación agrícola con una nueva política de sello para aquellas empresas que compren productos certificados.	----> Opera en un enfoque de negocio dirigido al público consumidor, desarrollando normas y verificando el cumplimiento de estas normas con el fin de garantizar prácticas de producción sostenibles de algodón entre sus miembros.
PRODUCTOS		
Azúcar de caña (etanol, azúcar y melaza).	Cacao, té, café, rooibos, aceite de palma, avellanas, plátanos, semillas, flores y hojas, verduras y especias.	Algodón.
SOCIOS COMERCIALES		
Unilever, Ferrero, Harwood, Mondelēz International, Mars, Nestlé, Shell, The Coca Cola Company, Barry Callebaut, Pepsico, Bacardi, United Sugar, etc.	Ikea, Senseo, Lavazza, Lidl, HEMA, McDonalds, MIGROS, Burger King, Douwe Egberts, Mars, Chiquita, Marks & Spenser, Mondelēz International, Nescafé, Danone, Nestlé, Tata Global Beverages, Unilever, etc.	ASOS, Ikea, Nike, Hugo Boss, H&M, HEMA, Adidas, Puma, Esprit, Ralph Lauren, Aldi, Zeeman, etc.
MEDIDAS DE CONTROL		
Bonsucro basa su control en organismos de certificación externos. No existe una adaptación de sus estándares a las particularidades locales (región del mundo, dimensiones de la explotación agrícola, etc.). La vigencia del certificado se extiende a 3 años, con auditorías de control anuales. Tras la auditoría inicial, se llevan a cabo 2 auditorías de control en las 2 siguientes cosechas anuales. Estas inspecciones son mayoritariamente llevadas a cabo sobre el terreno y el estándar de Bonsucro no contempla inspecciones no anunciadas.	Rainforest Alliance y UTZ trabajan con organismos de certificación independientes. Su nuevo programa va a funcionar de la misma manera.	Para verificar el cumplimiento durante el certificado de 1 año, se exige a todas las empresas adheridas que superen auditorías de control realizadas por entidades auditoras externas.

VOLUMEN		
159.224 trabajadores/as en explotaciones agrícolas y molinos y 80 molinos certificados por Bonsucro. 25% de los campos de caña de azúcar del mundo trabaja con Bonsucro.	UTZ: 987.000 agricultores/as (cacao: 75%; café: 23%; té: 2%). 368.000 trabajadores/as (cacao: 6%; café: 69%; té: 25%). 15.000 productos certificados por UTZ. Rainforest Alliance: 1,3 millones de agricultores.	Miembros asociados: 13 proveedores y 1110 fabricantes. Better Cotton representa el 14% de la producción algodonera mundial. En la temporada algodonera 2016-2017, contaba 1,3 millones de agricultores/as con el certificado BCI.
TRAZABILIDAD		
Bonsucro solo exige una trazabilidad documental de los productos certificados con sus estándares. Se permite a los miembros de su sello mezclar productos certificados con productos no certificados siempre que lleven a cabo una comunicación basada en porcentajes (balance de masas).	UTZ Certified y Rainforest Alliance permiten a los miembros de su sello mezclar productos certificados con productos no certificados siempre que lleven a cabo una comunicación basada en porcentajes. Ambos utilizan un modelo de balance de masas. UTZ ha elaborado dos estándares. Solo el primero exige trazabilidad física y documental.	BCI exige la aplicación de un sistema de trazabilidad física mediante la segregación del producto en toda la cadena algodonera desde la explotación agrícola hasta la fase de desmote, tras lo cual exige la aplicación de un sistema de trazabilidad documental mediante un balance de masas del algodón.
TRANSPARENCIA DE LA INFORMACIÓN		
Estándares accesibles en línea en: https://www.bonsucro.com/production-standard/	Estándares accesibles en línea en: https://utz.org/what-we-offer/certification/the-standard/https://www.rainforest-alliance.org/business/sas/libraries/resource-library/	Estándares accesibles en línea en: https://bettercotton.org/about-better-cotton/better-cotton-standard-system/production-principles-and-criteria/
ESTÁNDARES DE REFERENCIA		
Guidance -Bonsucro-PS English-v4.2	CORE CODE OF CONDUCT For group andmulti-groupcertificationVersion 1.1 2015 CORE CODE OF CONDUCT For individual and multi-site certification Version 1.1 2015	Better-Cotton-Principles-and-Criteria_V-2.0_2018

	BONSUCRO	UTZ CERTIFIED – RAINFOREST ALLIANCE	BETTER COTTON INITIATIVE	PRÁCTICAS C.A.F.E.	COCOA LIFE / COCOA PLAN / PROGRAMA AAA SUSTAINABLE QUALITY
Los estándares están accesibles en línea	✔	✔	✔	✔	Ø
Convenios de la Organización Internacional del Trabajo	✔	✔	✔	✔	Información no disponible
Beneficios sociales adicionales: (seguridad social, pensiones, bajas por maternidad)	Ø	✔ Ø	Ø	Ø	Información no disponible

	BONSUCRO	UTZ CERTIFIED – RAINFOREST ALLIANCE	BETTER COTTON INITIATIVE	PRÁCTICAS C.A.F.E.	COCOA LIFE / COCOA PLAN / PROGRAMA AAA SUSTAINABLE QUALITY
Precios justos / Compensaciones justas para los trabajadores/as	Ø	Ø	Ø	Ø	Información no disponible
Primas para proyectos colectivos	Ø	Ø	Ø	Ø	Información no disponible
Acceso facilitado a financiación / prefinanciación	Ø	Ø	Ø	Ø	Información no disponible
Compromiso de compra a largo plazo	Ø	Ø	Ø	Ø	Información no disponible
Trazabilidad física	Ø	✔	Ø	Ø	Información no disponible
Trazabilidad documental	✔	✔	Ø	✔	Información no disponible

	BONSUCRO	UTZ CERTIFIED – RAINFOREST ALLIANCE	BETTER COTTON INITIATIVE	PRÁCTICAS C.A.F.E.	COCOA LIFE / COCOA PLAN / PROGRAMA AAA SUSTAINABLE QUALITY
Accesibilidad para Productores/as y trabajadores/as marginados	Ø	Ø	Ø	Ø	Información no disponible
Desarrollo de capacidades	Ø	✔	✔	✔	Información no disponible
Derechos de las poblaciones indígenas	✔	Ø	✔	Ø	Información no disponible
Toma de decisiones democrática en las organizaciones productoras / Derechos de negociación colectiva de los trabajadores asalariados	No aplicable	Ø	✔	✔	Información no disponible
Transparencia de la información en la gestión de las pequeñas organizaciones productoras	No aplicable	✔	✔	✔	Información no disponible
No discriminación	✔	✔	✔	✔	Información no disponible
Control de la gestión democrática de las primas de desarrollo	No aplicable	No aplicable	No aplicable	No aplicable	Información no disponible

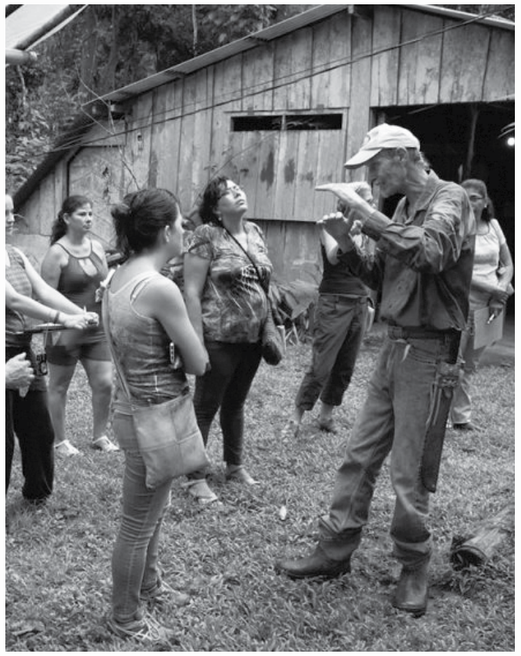
	BONSUCRO	UTZ CERTIFIED – RAINFOREST ALLIANCE	BETTER COTTON INITIATIVE	PRÁCTICAS C.A.F.E.	COCOA LIFE / COCOA PLAN / PROGRAMA AAA SUSTAINABLE QUALITY
Reducción de los impactos medioambientales de las actividades (gestión de la energía, del agua y de los residuos)	✔	✔	✔	✔	Información no disponible
Protección de la biodiversidad	✔	✔	✔	✔	Información no disponible
Prohibición de sustancias peligrosas	Ø	Ø	Ø	Ø	Información no disponible
Prohibición de los OGM	Ø	Ø	Ø	Ø	Información no disponible

© Archivo CECJ

Un sello centrado en la biodiversidad con un planteamiento de precio justo Forest Garden Products

Sello con sede en un país del Sur Global (Sri Lanka), Forest Garden Product se centra en la agricultura ecológica y en la restauración de la biodiversidad. De hecho, sus estándares son gestionados por una red creada en 1996 por 30 organizaciones dedicadas a la protección y promoción del principio de "bosques análogos". Este modelo agrofrestal tiene como objetivo fomentar la restauración de áreas deforestadas y degradadas, para ofreciendo a las poblaciones autóctonas nuevas fuentes de ingresos, de alimentación y de cobertura de otras necesidades básicas. Luego, los estándares de Forest Garden Products son aplicables en todos aquellos países que están desarrollando y restableciendo la biodiversidad a través de los bosques análogos (en el momento de publicación de este informe, solo Sri Lanka y Brasil estaban ofreciendo productos certificados por Forest Garden Products).

Puesto que Forest Garden Products es un sello especializado en el ámbito medioambiental, la certificación ecológica y las prácticas ecológicas constituyen requisitos obligatorios para su obtención. En el caso de solicitantes que no cumplan con ellos, se les impone desde el inicio un periodo de transición o conversión, de manera que toda explotación agrícola debe llevar un mínimo de 36 meses aplicando todo el abanico de prácticas ecológicas exigidas en sus estándares. Sus criterios medioambientales son sólidos y rigurosos. Prohíbe el uso de plaguicidas y fertilizantes químicos, así como de OGM. Forest Garden Products aplica pues un enfoque medioambiental caracterizado por ecosistemas sostenibles con una elevada tasa de biodiversidad por unidad de biomasa.



© International Analog Forestry Network

Es más, esta organización ha ido integrando progresivamente nuevos requisitos en temas sociales (cumplimiento de los convenios de la OIT; énfasis en la igualdad de género; desarrollo de capacidades y programas educativos para empleados en más de 50 organizaciones) y de compromisos comerciales (referencias a precios justos, primas para proyectos colectivos y prefinanciación). Pero, si bien ahora los requisitos sociales de sus estándares ya son muy sólidos, los requisitos económicos, en cambio, aún deberían ser reforzados (los criterios de precios justos y de primas no son obligatorios, los compromisos a largo plazo no son controlados por las auditorías).

Con respecto a los requisitos de gobernanza, los estándares de Forest Garden Products requieren transparencia informativa en la gestión de las organizaciones productoras, así como una administración democrática de las primas destinadas al interés general, independientemente de los socios comerciales. Sin embargo, los cursos y programas educativos, así como la implementación de unas políticas coherentes de seguridad y salud laboral, y de unas buenas condiciones en el entorno laboral, solo resultan obligatorias para organizaciones que empleen a más de 50 trabajadores y trabajadoras.

En conclusión, Forest Garden Products, además de su fuerte compromiso con la biodiversidad, está dando ya pasos hacia el comercio justo, pero aún debería reforzarlos mediante controles sistemáticos y obligatorios de los compromisos económicos, así como mediante una política de comunicación más clara: su página web aún no hace ninguna referencia explícita al comercio justo.

Para más información: www.analogforestry.org

Una iniciativa de responsabilidad social corporativa: B Corpe

B Corp es una iniciativa de responsabilidad social corporativa abierta a empresas de cualquier tamaño o estructura (aunque las cuestiones de evaluación varían en función de dicho tamaño). El proceso de obtención de este certificado consta de tres elementos: rellenar un cuestionario de evaluación puntuable (una evaluación del impacto empresarial o BIA, por sus siglas en inglés), un cuestionario no puntuable y confidencial y una modificación de la estructura legal de la empresa para que pueda incluir actores y valores no financieros.

Pero el método de ponderación de las respuestas hace que ciertos factores que se consideran claves para gestionar un negocio de manera ética (como, por ejemplo, pagar a todos los trabajadores y trabajadoras salarios por encima del mínimo) puntúen solo un 0,5, mientras que otros factores menos cruciales (por ejemplo, planes para mejorar el bienestar de los trabajadores/as más allá de la seguridad social) puntúan un 0,7. Y un factor que, por ejemplo, resulta relativamente neutral desde un punto de vista ético, como la tasa de generación de empleo, puntúa sin embargo un 2,7, pero sin tener en cuenta los salarios de los empleos generados. Mientras que ciertas cuestiones de especial relevancia en relación con la cadena de suministro, como qué porcentaje de materiales son comprados a proveedores desfavorecidos con prácticas laborales y salariales certificadas (incluyendo aquellos con certificados de comercio justo) no puntúan en cambio en absoluto.

Y si bien muchas de las empresas certificadas por B Corp poseen una misión con valores y pretenden actuar de forma justa, a medida que este sello se ha ido ampliando sus estándares actuales carecen de la solidez necesaria para excluir a las empresas menos comprometidas. Existen de hecho varios ejemplos de multinacionales con el certificado de B Corp que han sido no obstante acusadas de prácticas empresariales no éticas. Los cuestionarios púbicos de B Corp muestran que algunas de sus empresas solo compran un 9,6% de su material a "proveedores desfavorecidos con prácticas laborales y salariales certificadas", mientras se les permite publicitar un "modelo empresarial orientado a la comunidad".

BLab y su consejo consultivo de estándares han emitido declaraciones en torno a varias cuestiones controvertidas suscitadas al aplicarse sus estándares a un abanico de empresas cada vez más amplio.

A la hora de abordar temas como el trabajo de presidiarios o la respuesta a campañas de sindicalización, las reacciones de B Corp tienden a enfatizar la transparencia y publicación de sus cuestionarios de evaluación en vez de plantear un posicionamiento decidido a favor de los derechos humanos y de los derechos de los trabajadores y trabajadoras, como vienen recogidos en los convenios de la OIT. En términos generales, es cierto que algunos requisitos de B Corp resultan innovadores, especialmente su exigencia de que toda empresa que quiera participar debe modificar su documentación jurídica para incluir a todos los actores implicados y no solo a los actores financieros. Pero, aún con todo, su deficiente método de puntuación y su desatención hacia sistemas de mejoras progresivas socavan su compromiso de "usar los negocios como fuerzas del bien".

© Shutterstock

Glosario

ACREDITACIÓN

Certificado expedido por un tercero a un organismo de certificación independiente, que constituye un reconocimiento formal de la competencia de este último para llevar a cabo auditorías de estándares específicos. Las acreditaciones más reconocidas y respetadas son las emitidas en base a la norma ISO 17065 para auditorías de sistemas de evaluación de la conformidad.

AGRICULTURA POR CONTRATO

Tipo de organización de la producción cuya definición es muy amplia (véase la definición propuesta por la Agencia Francesa del Desarrollo en "Contract farming in Developing Countries, a review", *A savoir* 12) y que abarca diversas realidades. En el caso concreto del comercio justo, "la agricultura por contrato puede estar definida por un acuerdo contractual entre productores y productoras no organizados (pero reunidos en grupos informales) y una organización intermediaria (empresa intermediaria, exportadora, ONG) que se encarga de la comercialización de los productos".

ALIANZA ISEAL

ISEAL es una organización no gubernamental cuya misión es reforzar los sistemas de normas sostenibles en beneficio de las personas y el medio ambiente. Puede ser miembro cualquier organismo multilateral normativo o de acreditación en materia de sostenibilidad que demuestre su capacidad de cumplir los códigos de buenas prácticas y los requisitos adicionales de ISEAL, y se comprometa a aprender y a mejorar sus sistemas.

ALL THAT CAN BE

Concepto incluido en los estándares de los principales sellos de comercio justo, que supone que en un producto compuesto, todos los ingredientes que estén disponibles en el mercado de comercio justo deben proceder del mismo.

AUDITORÍA

Una auditoría es un proceso de recogida de evidencias destinado a evaluar el cumplimiento de ciertos estándares por parte de la empresa o el producto. Hay tres tipos de auditorías: internas, de proveedores y externas.

AUDITORÍA SOBRE EL TERRENO

Auditoría física llevada a cabo en las instalaciones de una empresa u otra organización. Una auditoría sobre el terreno puede implicar la inspección de los libros, los activos o los procedimientos de seguridad.

BALANCE DE MASAS

El balance de masas es un modelo contable que hace un seguimiento administrativo de los productos certificados a lo largo de toda la cadena de suministro. Este modelo, no obstante, no garantiza su plena trazabilidad física. Cuando un grupo productor o empresa entrega una cantidad de ingredientes certificados a una fábrica o planta, únicamente la cantidad equivalente de los productos certificados procesados que salgan de esa planta pueden venderse con el sello.

CERTIFICACIÓN DE TERCEROS

Una certificación de terceros es un proceso mediante el cual un tercer actor fiable halla evidencias de que un producto cumple los requisitos de un estándar o especificación técnica y le otorga una licencia (certificado).

CÓDIGO DE CONDUCTA

Documento que identifica ciertos principios o normas de comportamiento que una organización decide aplicar en la gestión de sus negocios y operaciones. Es un compromiso no vinculante que un actor económico realiza de manera voluntaria. Esta herramienta suele usarse en el marco de las políticas de responsabilidad social corporativa.

COMERCIO MAYORISTA

El comercio mayorista o al por mayor (Business-to-Bussiness; B2B) se refiere a las transacciones comerciales entre empresas (p. ej., entre un fabricante y un mayorista, o entre un mayorista y un minorista).

COMERCIO MINORISTA

El comercio minorista o al por menor (*Business-to-Consumer;* B2C) se refiere a las transacciones comerciales que tienen lugar entre las empresas y los consumidores y consumidoras individuales.

CONCIENCIACIÓN

La concienciación es un proceso pedagógico destinado a proporcionar análisis y reflexiones críticas sobre los mecanismos que rigen las relaciones Norte-Sur.

Más allá de su misión educativa e informativa, la concienciación pretende animar a las personas a modificar sus valores y comportamientos, a pensar sobre las consecuencias de sus acciones cotidianas para lograr un reparto justo del poder y los recursos del planeta.

CONVENIOS DE LA OIT

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) es una agencia de las Naciones Unidas dedicada a cuestiones relacionadas con el trabajo, especialmente a la elaboración de estándares laborales internacionales y de trabajo digno para todas las personas. Esta guía cubre 11 de los convenios formulados por la OIT, a saber:

- n°001: sobre los horarios laborales.
- n°29, n°105: incluye la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.
- n°87, n°98: sobre la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
- n°100, n°111: se refiere a la erradicación de la discriminación respecto al empleo y la ocupación.
- n°131: disposiciones sobre la fijación de salarios mínimos.
- n°138, n°182: se refieren a la abolición efectiva del trabajo infantil.
- n°155: disposiciones sobre la seguridad y salud de los trabajadores y trabajadoras.

DESARROLLO SOSTENIBLE

El desarrollo sostenible es un desarrollo que satisface las necesidades actuales sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas. Esta definición, que formuló el primer ministro de Noruega, Gro Harlem Brundtland en 1987, fue adoptada por la comunidad internacional en la Agenda 21 de la Conferencia de Río de 1992. El desarrollo sostenible se basa en tres pilares: económico, social y medioambiental. A menudo se añade un cuarto pilar: el desarrollo político y cultural.

ESTÁNDAR

Un estándar es un documento técnico escrito que define las características (físicas o de los procesos) que deben estar presentes en un producto o servicio, así como los procedimientos para controlar que el producto o servicio las cumple.

ESTÁNDARES VOLUNTARIOS DE SOSTENIBILIDAD

Son estándares y certificados de sostenibilidad de cumplimiento voluntario, normalmente evaluados por terceros, relacionados con cuestiones medioambientales, sociales, éticas y de seguridad alimentaria, que adoptan las empresas para demostrar el desempeño de sus organizaciones o productos en áreas específicas.

INCIDENCIA POLÍTICA

En política, la incidencia es la defensa de una opinión oral o escrita, de una causa, una política o un grupo de personas. En comercio justo, este término se usa para designar las actividades que llevan a cabo las organizaciones de comercio justo y sus colaboradores de la sociedad civil para estimular a los responsables de las decisiones a desarrollar políticas que mejoren la situación de los productores y productoras en los países en vías de desarrollo. La incidencia tiene muchas áreas de intervención: puede referirse a la reforma de las normas comerciales internacionales, al calentamiento global, a las políticas agrícolas, a la regulación de los precios de las materias primas, etc.

ISO

La Organización Internacional de Normalización (ISO, por sus siglas en inglés) es el mayor productor y editor mundial de estándares internacionales. Comprende una red de institutos nacionales de normalización de 166 países. ISO es una organización no gubernamental que tiende puentes entre el sector público y el privado. De hecho, muchos de los institutos miembros son instituciones públicas de sus respectivos países o tienen el mandato del Estado de llevar a cabo actividades de normalización pública. Otras organizaciones miembros son exclusivamente privadas y han sido creadas por asociaciones industriales nacionales.

LISTA DE CONTROL

Las listas de control son documentos empleados y rellenados por el equipo auditor durante las auditorías sobre el terreno.

NORMA INTERNACIONAL ISO 17065

Se trata de la norma ISO "Evaluación de la conformidad.

- Requisitos para organismos que certifican productos, procesos y servicios." Describe los criterios para asegurar la competencia, la independencia y la imparcialidad de los organismos de certificación.

OGM

Un OGM u Organismo Genéticamente Modificado es cualquier organismo cuyo material genético se ha alterado mediante el uso de técnicas de ingeniería genética.

ORGANISMO DE CERTIFICACIÓN

Un organismo de certificación es una entidad independiente autorizada por un organismo normativo específico para certificar que sus clientes cumplen los requisitos de sus estándares.

PLANTACIONES

Empresas productoras no asociativas (explotaciones agrícolas, plantaciones, fábricas, industrias manufactureras, etc.) en las que el grueso del trabajo lo realiza mano de obra asalariada.

PRECIO JUSTO

Un precio justo debe permitir a una organización productora cubrir los costes de producción y logística, pagar una remuneración adecuada para satisfacer las necesidades básicas de los productores y productoras, los trabajadores y trabajadoras desfavorecidos y sus familias, y mejorar su nivel de vida (educación, cultura, salud, vivienda, ocio, etc.), permitir un margen para hacer inversiones (herramientas para la producción, etc.) y contribuir a que se satisfagan las necesidades colectivas (organización, educación, cultura, salud, ocio, infraestructuras, creación de organizaciones productoras, etc.).

Glosario

El precio debe ser al menos igual al precio de referencia (fijado para algunos productos y zonas geográficas), reconocido por las federaciones internacionales de comercio justo.

PREFINANCIACIÓN

Práctica de proporcionar financiación anticipada a la entrega o recepción del producto.

PRIMA PARA PROYECTOS COLECTIVOS

Concedida al margen del precio justo, o directamente integrada en el cálculo de precios, la prima de desarrollo tiene como objetivo desarrollar las capacidades y el empoderamiento de los agricultores y agricultoras y ganaderos y ganaderas, en particular de quienes viven en exclusión o de pequeñas organizaciones productoras de los países en desarrollo y sus comunidades respectivas. Su uso se limita a la inversión en el negocio, medios de subsistencia y comunidades de los productores. Son los productores/as y trabajadores/as quienes determinan de manera democrática su uso específico.

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Compromiso voluntario que refleja el sentido de la responsabilidad de una empresa con respecto a la comunidad y al entorno (tanto ecológico como social) donde opera.

SEGREGACIÓN

La segregación de los productos en la cadena de suministro garantiza que todos los productos certificados que llegan al usuario final proceden exclusivamente de fuentes certificadas. Sin embargo, permite la mezcla de productos certificados de distintos orígenes y no ofrece un seguimiento pleno como los métodos de trazabilidad física de los productos.

SELLO

Un sello es una etiqueta especial que se pone en un producto o servicio a la venta y que certifica que se han cumplido ciertas normas concretas en su producción.

Los sellos pueden ser creados y gestionados por organismos profesionales privados o por autoridades públicas. En el sector del comercio justo, no existe un sello público, sino varios sellos privados; en esta guía analizamos los principales.

En esta guía, los sellos de comercio justo se definen como etiquetas en base a las siguientes características:

- Se refieren a estándares específicos (criterios sobre todos los principios del comercio justo).
- Llevan a cabo controles.
- Colocan en el producto un logotipo concreto que los consumidores y consumidoras pueden reconocer.
- Están abiertos a distintos actores económicos: ahí radica la diferencia con las marcas que las empresas desarrollan solo para sus productos.

Los sellos se pueden aplicar a productos o a organizaciones. Los sellos de comercio justo se aplican principalmente a cadenas de suministro de productos, pero algunos (especialmente, el WFTO) se pueden aplicar también a organizaciones que participan en la producción o venta de productos.

SISTEMA DE GARANTÍA

Un sistema de garantía es un mecanismo que asegura que los hechos y prácticas son coherentes con los valores y principios del comercio justo. Tales principios suelen estar recogidos en estándares. El seguimiento del cumplimiento de dichos principios lo suele llevar a cabo un organismo de certificación independiente, pero en ocasiones también se incorpora directamente en la estructura de la organización (seguimiento interno).

TRAZABILIDAD

Capacidad de identificar y trazar la historia, ubicación, uso y procesado de productos y materiales. Hay dos tipos de trazabilidad:

- La trazabilidad documental es la forma en que se puede demostrar que un ingrediente certificado de un producto acabado procede de la cantidad equivalente del ingrediente certificado comprado por un operador, aunque no se haya usado necesariamente en este producto. Esta comprobación se realiza mediante la identificación de las cantidades compradas y vendidas en la documentación relacionada, y la demostración de que la cantidad usada coincide con la cantidad comprada, permitiendo sin embargo conversiones y pérdidas en la producción.
- La trazabilidad física consiste en que los productos certificados se separan de los productos no certificados y se comercializan con un sello en cada etapa del proceso de producción y procesado.

DISPONIBLE EN LÍNEA EN:

www.commercequitable.org

www.fairworldproject.org

www.forum-fairer-handel.de

Para cualquier petición de uso de esta guía, contacte por favor con Commerce Équitable France: contact@commercequitable.org

© Commerce Équitable France Noviembre de 2019.
Todos los derechos reservados.

© Archivo CECJ

GUÍA INTERNACIONAL DE SELLOS DE COMERCIO JUSTO

Una herramienta de referencia para una mejor comprensión de las garantías de los sellos de comercio justo, sus estándares, las medidas de control y en qué se diferencian de los sellos de desarrollo sostenible.

Los contenidos de este documento son responsabilidad exclusiva de sus autores y no debe considerarse bajo ninguna circunstancia que reflejen la posición oficial de la Agencia Francesa de Desarrollo o de Misereor-Fairer Handel.

Con el apoyo de:

Canadian Heritage Patrimoine canadien

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DU COMMERCE ÉQUITABLE

AFD AGENCE FRANÇAISE DE DÉVELOPPEMENT

MISEREOR IHR HILFSWERK FAIRER HANDEL Von Anfang an!

INC INSTITUT NATIONAL DE LA CONSOMMATION

Esta publicación ha sido realizada con el apoyo financiero de la Unión Europea. Su contenido es responsabilidad exclusiva de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo y no refleja necesariamente los puntos de vista de la Unión Europea.

TRADE FAIR LIVE FAIR

Edición en castellano a cargo de: Coordinadora estatal de Comercio Justo

COORDINADORA ESTATAL DE COMERCIO JUSTO
C/ Gaztambide, 50
28015 Madrid • 91 299 38 60
www.comerciojusto.org