



Los Diez Principios del Comercio Justo

Principio Uno: Creación de Oportunidades para Productores con desventajas económicas

La reducción de la pobreza mediante el comercio constituye una parte fundamental de los objetivos de la organización. La organización apoya a los pequeños productores marginados, ya sean empresas familiares independientes o agrupados en asociaciones o cooperativas. Su objetivo es que puedan pasar de la inseguridad de los ingresos y la pobreza a una auto suficiencia económica y propia. La organización tiene un plan de acción para llevar a cabo esto.

Principio Dos: Transparencia y Responsabilidad

La organización es transparente en su gestión y en sus relaciones comerciales. Es responsable ante todos sus grupos de interés y respeta la sensibilidad y confidencialidad de la información comercial que le es proporcionada. La organización encuentra medios apropiados y participativos para involucrar a los empleados, miembros y productores en sus procesos de toma de decisiones. Asegura que la información pertinente sea proporcionada a todos sus socios comerciales. Los canales de comunicación son buenos y abiertos a todos los niveles de la cadena de suministro.

Principio Tres: Prácticas Comerciales Justas

La organización comercializa con preocupación por el bienestar social, económico y ambiental de los pequeños productores marginados y no maximizan sus ganancias a expensas de ellos. Es responsable y profesional en el cumplimiento de sus compromisos en una manera puntual. Los proveedores respetan los contratos y entregan los productos a tiempo y con la calidad y especificaciones deseadas.

Los compradores de Comercio Justo, reconocen las desventajas financieras que los productores y proveedores enfrentan, asegurar que los pedidos sean pagados al recibo de los documentos y de acuerdo con las guías en adjunto. Un pre pago de por lo menos el 50% se hace si así es solicitado. Cuando los proveedores del Comercio Justo del Sur reciben un pre pago de los compradores, ellos aseguran que este pago sea transferido a los productores o agricultores que hacen o desarrollan sus productos de Comercio Justo.

Los compradores consultan con los proveedores antes de cancelar o rechazar pedidos.

Cuando los pedidos son cancelados por causas ajenas a los productores o proveedores, una compensación adecuada es garantizada por el trabajo ya hecho. Los proveedores y productores consultan con los compradores si hay un problema con la entrega, y aseguran que una compensación sea proporcionada cuando las cualidades y las cantidades entregadas no coinciden con lo facturado.

La organización mantiene relaciones a largo plazo basadas en la solidaridad, la confianza y el respeto mutuo que contribuyen a la promoción y el crecimiento del Comercio Justo. Mantiene una comunicación efectiva con sus socios comerciales. Las partes involucradas en la relación comercial buscan aumentar el volumen comercial entre ellas y el valor y la diversidad de su oferta de productos como un medio de crecimiento del Comercio Justo para los productores con el fin de aumentar sus ingresos. La organización trabaja en cooperación con las otras Organizaciones de Comercio Justo en el país y evita la competencia desleal. Se evita duplicar los diseños de patrones de otras organizaciones sin permiso.



El Comercio Justo reconoce, promueve y protege la identidad cultural y las habilidades tradicionales de los pequeños productores como lo reflejan en sus diseños artesanales, productos alimentarios y otros servicios relacionados.



Principio Cuatro: Pago de un Precio Justo

Un Precio Justo es aquel que ha sido de mutuo acuerdo por todos a través del diálogo y la participación, que proporciona un pago justo a los productores y también puede ser sostenido por el mercado. Cuando las estructuras de precio de Comercio Justo existen, estos son utilizados como mínimo. Pago justo significa la provisión de una remuneración socialmente aceptable (en el contexto local) considerado por los propios productores como justos y que tenga en cuenta el principio de igual pago por igual trabajo entre hombres y mujeres. Las organizaciones de Comercio y de Importación de Comercio Justo apoyan el desarrollo de capacidades según sea necesario a los productores, que les permita establecer un precio justo.

Principio Cinco: Asegurar ausencia de Trabajo Infantil y Trabajo forzoso

La organización se adhiere a la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, y la ley nacional/local sobre el empleo de los niños. La organización asegura que no hay trabajo forzoso en su mano de obra y/o miembros o trabajadores a domicilio.

Las organizaciones que compran productos de Comercio Justo de los grupos de productores ya sea directamente o a través de intermediarios aseguran que no se utiliza el trabajo forzoso en la producción y los productores cumplen con la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del niño, y la ley nacional/local sobre el empleo de los niños. Cualquier participación de niños en la producción de productos de Comercio Justo (incluyendo el aprendizaje de un arte tradicional o artesanal) es siempre comunicado y monitoreado y no afecta negativamente el bienestar, la seguridad, los requisitos educativos y la necesidad de jugar de los niños.

Principio Seis: Compromiso con la no discriminación, Equidad de Género y libertad de Asociación (sindical)

La organización no discrimina en la contratación, remuneración, acceso a la capacitación, promoción, terminación o jubilación por motivos de la raza, casta, origen nacional, religión, discapacidad, género, orientación sexual, unión de membresía (afiliación sindical), afiliación política, HIV/Sida, estatus o edad. La organización proporciona oportunidades para las mujeres y los hombres a desarrollar sus habilidades y fomenta activamente las solicitudes de las mujeres para puestos de trabajo y para los cargos de liderazgo en la organización. La organización toma en cuenta las necesidades especiales de salud y seguridad de las mujeres embarazadas y madres en periodo de lactancia. Las mujeres participan plenamente en las decisiones concernientes al uso de los beneficios resultantes del proceso de producción.

La organización respeta el derecho de todos los empleados a formar asociaciones y afiliarse a sindicatos de su elección y a negociar colectivamente. Cuando el derecho a afiliarse a sindicatos y la negociación colectiva está restringido por la ley y/o el medio ambiente político, la organización permitirá medios de asociación independiente y libre y la negociación para los empleados. La organización asegura que los representantes de los empleados no son objeto de discriminación en el lugar de trabajo. Las organizaciones que trabajan directamente con los productores aseguran que las mujeres siempre sean retribuidas por su contribución al proceso de producción, y cuando las mujeres hacen el mismo trabajo que los hombres se les paga con la misma tarifa que a los hombres. Las organizaciones también buscan garantizar que, en situaciones de producción donde se valora menos el trabajo femenino que el trabajo de los hombres, el trabajo de las mujeres sean revaloradas para igualar las tarifas de remuneración y a las mujeres se les permita llevar a cabo trabajos de acuerdo a sus capacidades.



Principio Siete: Asegurar buenas condiciones de trabajo

La organización proporciona un entorno de trabajo seguro y saludable para los empleados y/o miembros. La organización cumple, como mínimo, con las leyes nacionales y locales y convenios de la OIT sobre salud y seguridad.

Las horas de trabajo y las condiciones para los empleados y/o de los miembros (y cualquier trabajador a domicilio) cumple con las condiciones establecidas por las legislaciones nacionales y locales y los convenios de la OIT.

Las organizaciones de Comercio Justo están conscientes de las condiciones de salud y seguridad en los grupos de productores de quienes ellos compran. Ellos buscan, de manera permanente, crear conciencia sobre temas de salud y seguridad y mejorar las prácticas de salud y seguridad en los grupos de productores.

Principio Ocho: Facilitar el desarrollo de capacidades

La organización tiene por objeto aumentar los impactos positivos de desarrollo para los pequeños productores marginados a través del Comercio Justo.

La organización desarrolla las habilidades y capacidades de sus propios empleados o miembros. Las organizaciones que trabajan directamente con los pequeños productores desarrollan actividades específicas para ayudar a estos productores a mejorar sus habilidades de gestión, capacidades de producción y el acceso a los mercados -locales/regionales/internacionales/de Comercio Justo y los mercados principales, como sea adecuado. Las organizaciones que compran productos de Comercio Justo a través de intermediarios de Comercio Justo en el Sur asisten a estas organizaciones para desarrollar su capacidad para apoyar a los grupos de productores marginados con quienes trabajan.

Principio Nueve: Promoción del Comercio Justo

La organización crea conciencia sobre el objetivo del Comercio Justo y de la necesidad de una mayor justicia en el comercio mundial a través del Comercio Justo. Aboga por los objetivos y las actividades de Comercio Justo de acuerdo con el ámbito de alcance de la organización. La organización ofrece a sus clientes información sobre sí mismo, los productos que comercializa, y las organizaciones de productores o socios que hacen o cosechan los productos. Siempre se utilizan técnicas honestas de publicidad y de comercialización.

Principio Diez: Respeto con el Medio Ambiente

Las organizaciones que producen productos de Comercio Justo maximizan el uso de materias primas de fuentes gestionadas en forma sustentable en sus áreas de distribución, comprando a nivel local cuando sea posible. Utilizan las tecnologías de producción que buscan reducir el consumo de energía y en lo posible las tecnologías de uso de energías renovables que reduzcan al mínimo las emisiones de gases de efecto invernadero. Ellos tratan de minimizar el impacto de sus residuos sobre el medio ambiente. Los productores de productos agrícolas de Comercio Justo minimizan sus impactos ambientales, mediante el uso de plaguicidas orgánicos o de bajo uso de pesticidas en los métodos de producción siempre que sea posible.

Los compradores e importadores de productos de Comercio Justo dan prioridad a la compra de productos elaborados con materias primas que se originan a partir de fuentes gestionadas sosteniblemente, y tienen el menor impacto global sobre el medio ambiente.



Todas las organizaciones utilizan materiales reciclados o fácilmente biodegradables para el embalaje en la medida de lo posible, y los productos son enviados por mar, siempre que sea posible.

Términos de Referencia y Condiciones de Entrega, Pago y Calidad por EZA FAIRER HANDEL GMBH

Este documento ha sido desarrollado como consecuencia de la última Autoevaluación de la EZA (SAR) y de la Evaluación Recíproca por nuestros socios directos, donde nos enteramos que nuestros socios comerciales no tienen bien claro el procedimiento y política de reclamos de la EZA.

Calidad global de los productos:

El vendedor tiene que asegurar que los productos solicitados corresponden en tamaño, diseño, color, material, etc. a las muestras y/o a la descripción de los productos y sus especificaciones de acuerdo con la orden de compra. Las instrucciones y requerimientos de empaquetado deben ser respetadas.

En caso de inconformidad, el comprador tiene el derecho de rechazar el envío. Cualquier costo generado por un envío inconforme deberá ser cubierto por el vendedor. La decisión y análisis de cualquier reclamación será tomada de caso en caso pero siempre en directa comunicación con el vendedor. En caso de cualquier reclamo por inconformidad el vendedor tendrá que estar preparado para compensar por lo menos el precio FOB, en otros casos más severos - y dependiendo de la situación (financiera) y responsabilidad del vendedor - el comprador podrá incluso solicitar al vendedor cubrir los costos de transporte, importación y en último caso la pérdida/el daño causados por la falta de ingresos de ventas ya programadas.

El comprador contactará al vendedor en un plazo de una semana al detectar cualquier inconformidad en el producto.

Documentos:

El vendedor tiene que enviar la documentación (Certificación de Origen "formato A", factura original del embarque marítimo o aéreo, lista triple de empaquetado, tres copias de la facturación comercial y otros, de existir especificaciones) a tiempo a la oficina de compras (por lo menos una semana antes de la llegada de los productos al puerto de destino).

Seguros:

El seguro de todos los productos pedidos lo cubrirá el comprador.

Clausula por demora:

Por las responsabilidades del comprador en materia de ventas al por menor y a los clientes finales, el vendedor reconoce la importancia de la entrega a tiempo. De presentarse cualquier reclamación hacia el comprador por una entrega tardía, el vendedor correrá con la responsabilidad. En caso de una entrega tardía será implementado el mismo procedimiento de reclamo aplicado al caso de inconformidad con los pedidos/productos recibidos – ver arriba "calidad global de los productos".

El vendedor garantiza la entrega en la semana especificada en el contrato de compra. En caso de tardanza en la entrega de los productos, el vendedor asumirá el pago de una penalidad al comprador por la suma de un por ciento del precio FOB por cada semana de retraso para productos estándares y dos por ciento del precio FOB por semana de retraso en entrega de productos

estacionales (como productos de moda, artículos navideños y ordenes especiales, etc.).

En caso que la demora de la entrega sea a causa de fuerza mayor (desastres naturales etc.) el comprador no hará reclamos.

En caso de cualquier retraso el vendedor tiene que informar al comprador lo más antes posible sobre el tiempo de retraso calculado, las razones del retraso y el tiempo estimado de entrega de los productos ordenados por el comprador.

En caso de una demora en la entrega por más de ocho semanas después de la fecha acordada, el comprador será libre de cancelar la orden y reclamar todos los daños descritos en el primer inciso (bajo calidad global de los productos), a menos que el vendedor presente pruebas de fuerza mayor.

Entregas por partes:

Entregas por partes solo podrán ser aceptadas en base a un acuerdo mutuo convenido por ambas partes. Entregas por partes serán consideradas como una excepción en el caso que el vendedor no pueda cumplir con la fecha de entrega debido a retrasos de producción, compras o exportación de los productos y que se quiera minimizar los daños causados por la demora. Cualquier costo extra (incluyendo mayores costos de transporte) será cubierto por el vendedor.

Condiciones de pago:

Las condiciones de pago y prepago de los productos adquiridos varían según producto y su compra bajo condiciones FAIRTRADE/FLO o bajo las condiciones de la WFTO (World Fair Trade Organization):

a) Pago adelantado bajo las condiciones FAIRTRADE/FLO (por compras principalmente de productos alimenticios de socios comerciales con certificación FLO):

La base es un contrato u orden debidamente firmada por ambas partes (vendedor y comprador). Una semana después de recibir una copia firmada, el comprador estará anuente de pagar hasta el 60% del valor de la orden, como un adelanto de pago solicitado por el vendedor. En caso que la cantidad de prepago exceda los USD 50,000.00, el comprador podrá reclamar una tasa de interés anual de cinco por ciento por el período comprendido desde el día del pago hasta el día de la facturación comercial. El pago adelantado puede ser suministrado por terceros como Rootcapital, Shared Interest, etc. En este caso serán válidas las condiciones de pago de la institución de crédito en cuestión. En el caso de un prepago proveído por terceros, el pago final irá a la organización que provee el pre-financiamiento y que hará las cuentas finales con el vendedor.

b) Pago adelantado bajo las condiciones de la WFTO (por compras de productos alimenticios y no alimenticios de socios comerciales miembros de la WFTO y de otros socios comerciales de EZA):

Siguiendo los criterios definidos por la WFTO la base de pagos adelantados libre de intereses es un contrato o orden debidamente firmada por ambas partes (vendedor y comprador). Una semana después de recibir una copia firmada, el comprador estará anuente de proveer hasta el 50% del valor de la orden, como un adelanto de pago solicitado por el vendedor.

Si ambas partes están de acuerdo, el pago adelantado podrá ser proveído por terceros como como Rootcapital, Shared Interest, etc. En este caso serán válidas las condiciones de pago de la institución de crédito en cuestión. En el caso de un prepago proveído por terceros, el pago final irá a la organización

que provee el pre-financiamiento y que hará las cuentas finales con el vendedor.

c) Pago final:

El pago final será realizado después de recibir y verificar la calidad de los productos ordenados, a más tardar 30 días después de su recibo. No se harán pagos por productos faltantes o en mal estado, así como por productos que no reúnan la calidad y las especificaciones de los productos determinados por el comprador. En el caso de detectar posteriormente cualquier defecto oculto o que la cantidad establecida esté incompleta, el comprador podrá reclamar el daño y deducir la cantidad reclamada de los pagos de las siguientes órdenes.

Cancelación de órdenes:

La cancelación de órdenes puede ser solicitada tanto por el vendedor como por el comprador.

- a) **En caso que la cancelación sea solicitada por el comprador debido a retrasos en la orden**, el vendedor tendrá el derecho de retener el anticipo como prepago de futuras órdenes. El comprador no podrá ser responsabilizado por ningún daño ocurrido al vendedor como por ejemplo la venta del producto a un menor precio etc.
- b) **En caso de que la cancelación sea solicitada por el vendedor por motivos de fuerza mayor**, el comprador decidirá si el pago adelantado deberá ser retornado o retenido como pre-financiamiento de órdenes futuras.
- c) **En caso de que la cancelación sea solicitada por el vendedor por cualquier otra razón**, el deberá regresar el pago adelantado y sus intereses conjuntamente con el pago de una penalidad del veinte por ciento del valor de la orden de compra. Si el comprador sufre un daño mayor, se podrá responsabilizar al vendedor. En este caso el comprador tiene que comprobar el daño causado por la cancelación imprevista de la orden.

Política de Precios de la EZA Fairer Handel Nov. 2012 (versión actualizada)

Este documento ha sido desarrollado en el marco de una auto-evaluación de la EZA en el año 2009. Resume la política de precios practicada en el pasado y los resultados de varias discusiones en el contexto de la EFTA (grupo de monitoreo):

Principios Generales de la Política de Precios:

Un principio general de la EZA es establecer sus precios al más alto nivel posible en referencia a precios comparables del mercado. Esto significa que la EZA busca su posición en el mercado con productos de primera calidad en lugar de competir con bajos precios. Con ésta clara política la EZA trata de garantizar una distribución justa para todas las partes involucradas y el mejor precio posible para nuestros proveedores y (grupos de) productores(as), quienes son el grupo meta del Comercio Justo. Por supuesto tenemos que admitir que los precios del mercado influyen en nuestras posibilidades y libertad de acción, pero tratamos de mantenerlos tan abiertos y amplios como sea posible, promocionando la calidad y contenido de nuestros productos en lugar de grandes cantidades. Generalmente la política de la EZA es aceptar los precios establecidos por nuestros socios comerciales. Aceptando los precios FOB¹ de nuestros socios directos confiamos que nuestros socios a su vez establecieron el precio FOB basados en un pago justo a nivel local y en estrecha cooperación y mutuo acuerdo con sus proveedores(as) / productores(as) / miembros.

Evaluación de precios justos y calculación de precios justos

Durante las evaluaciones de la EFTA y visitas a los(as) productores(as) analizamos el sistema de calculación de precios de nuestros socios comerciales y su sistema de remuneración laboral (gastos de personal) aplicado.

Se tomó la decisión de solicitarles a nuestros socios comerciales ejemplos de calculaciones de precios con cada nueva orden de compra, para así tener una idea general acerca de la estructura de costos y el pago a los(as) productores(as). Este es un asunto que con mayor frecuencia reclaman nuestros clientes, especialmente en las Tiendas del Mundo.

Establecimiento de precios practicado por la EZA:

En caso de productos con certificación FLO:

Donde haya precios mínimos establecidos por FLO, la EZA se guiará por el esquema de precios mínimos FLO. Esto significa que en casos que el

¹ Precio FOB „Free-on-Board“ = precio de compra al que la EZA compra sus productos (sin incluir los costos de flete)

precio de mercado sea más alto, que el precio mínimo establecido por FLO, entonces la EZA pagará el precio más alto del mercado, pero nunca pagaremos menos que el precio mínimo FLO. El precio mínimo FLO es visto como una referencia y es bienvenido sobre todo en tiempos de bajos precios, sin embargo por la mayoría de nuestros productos comestibles, la EZA paga actualmente más del precio mínimo establecido por FLO.

Especialmente en el caso de nuestros productos principales – café de Centroamérica y México – la EZA paga más que el precio mínimo FLO (es decir el precio mínimo de US\$ 140.00/100 libras o el precio de mercado (si este supera el precio mínimo establecido) + US\$ 20.00 (premio FLO) + US\$ 30.00 (premio orgánico). A veces los premios por calidad (diferenciales) son adicionados de acuerdo a la calidad ofrecida por nuestros proveedores de café y por el tipo / origen del café.

En caso de productos sin certificación FLO:

Para todos los otros productos – productos alimenticios o artesanías sin ninguna regulación de precios mínimos establecidos por FLO – usualmente aceptamos los precios establecidos por nuestros socios comerciales y/o acordados mutuamente.

¿Qué queremos decir con precios justos o pagos justos a nuestros(as) productores(as) primarios(as)?

Nuestro concepto / sentido de lo que es un precio justo y un pago justo incluye:

- Los precios deben ser mutuamente acordados entre los(as) productores(as) primarios(as) y nuestros(as) proveedores(as).
- Los precios deben estar basados en una calculación de precios transparente.
- Un precio justo necesita tomar en consideración el pago de un pago justo: El pago de la mano de obra – especialmente en el sector informal – debe basarse por lo menos en el salario mínimo oficial (calculado a base de tiempo completo; significa que si las personas trabajan 8 horas al día deberían ganar el equivalente del salario mínimo oficial como mínimo). Para el sector formal esperamos el cumplimiento de las leyes laborales nacionales e internacionales y que se pague el salario mínimo del sector respectivo (por supuesto serán bienvenidos beneficios adicionales para los(as) empleados(as) / productores(as)). Para el sector privado (empresas privadas) la EZA espera beneficios adicionales de cualquier índole, una adecuada representación y participación de los(as) trabajadores(as) / empleados(as), libertad de asociación y buenas condiciones laborales; por supuesto que cualquier forma de compartir los beneficios económicos con los(as) empleados(as) de la empresa privada será siempre bienvenida.

- Deberá de incluir un margen de ganancia razonable para el grupo de productores(as) y la exportadora / organización de mercadeo.
- Y finalmente, se apoyarán activamente a nuestros socios comerciales para que calculen sus productos de manera que a largo plazo cubran el pago de salarios vitales a los(as) productores(as) primarios(as). La EZA intenta establecer el pago de un salario vital a los(as) productores(as) primarios(as) involucrados en el Comercio Justo.

Las negociaciones de precios siempre tienen que estar basadas en la intención de crearles un acceso al mercado a los(as) productores(as) primarios(as) bajo condiciones mutuamente acordadas (especialmente en lo concerniente al pago de los(as) productores(as) primarios(as)). Las negociaciones de precios de la EZA son el último recurso para ofrecer productos vendibles. En cualquier caso todas las partes involucradas tienen que ser consultadas durante el proceso de negociación de precios y tienen que acordar un nuevo precio FOB. Al mismo tiempo es obligación de la EZA agotar todas las otras posibilidades (como márgenes de venta flexibles, desarrollo y diseño de productos, altos estándares de calidad y otros USPs² adicionales como la certificación orgánica, materiales ambientalmente amigables, artesanías y productos artísticos, etc.) que permitan mejores precios de venta hacia los consumidores finales antes de negociar los precios FOB calculados por nuestros socios comerciales.

¿Cómo calcula la EZA el precio final de venta?

Para productos alimenticios...

Los precios son establecidos mediante la calculación de la contribución del margen que es necesario para cubrir los costos fijos de la EZA. Nuestro propósito es alcanzar en promedio una contribución bruta de la proporción del margen de venta de un 20%.

Para artesanías...

Generalmente la EZA aplica el factor 5 para la calculación de nuestros precios. Esto significa que el precio final de venta (precio pagado por el(la) cliente(a) final) es calculado en base del precio FOB pagado a nuestros socios comerciales y multiplicado por 5 (precio FOB x 5 = precio final de venta).

SIN EMBARGO: Ésta calculación de precios es aplicada de una manera muy flexible: A los productos más caros (alto precio FOB) se les aplica un margen menor, mientras que los productos más baratos (con un bajo precio FOB) dejan un margen mayor para la EZA. Esto es por el hecho que los precios finales tienen que estar de alguna manera relacionados con el precio de mercado de productos comparables para poder ser vendibles y poder promocionar la venta de los productos más caros.

² USP = Unique Selling Proposition = ventaja diferencial

Esto significa que el margen de ganancia de la EZA por la venta de artesanías es flexible (aproximadamente 30% comparado con el precio final de venta neto, es decir el precio final sin incluir los impuestos) y puede ser muy diferente de acuerdo a cada producto individual; por el contrario el margen aplicado por las Tiendas del Mundo y otros(as) vendedores(as) detallistas es fijo y oscila entre 33% (accesorios de lana), 42% y 48% (para otros textiles y productos artesanales dependiendo de sus volúmenes de compra – entre más ordenan, mayor es su margen de ganancia), 19% (café), 25% (productos de chocolate), 33% (té y especias) y 28% (para otros productos alimenticios).

EZA/bc/21.11.2012

ACUERDO DE COOPERACIÓN PARA SOCIOS COMERCIALES DE LA EZA

Entre la EZA FAIRER HANDEL y
XXXX (inserte aquí el nombre de su organización)

Este Acuerdo de Cooperación tiene el objetivo de validar el compromiso de la EZA y **XXXX (inserte aquí el nombre de su organización)** de...

- **Establecer y mantener una relación comercial de largo plazo** basada en los principios del Comercio Justo.
- **Apoyar a los productores(as) y trabajadores(as) en desventaja** para combatir la pobreza y prácticas comerciales injustas a través del Comercio Justo.
- **Respetar los 10 Principios del Comercio Justo** como base de nuestro trabajo común y relación comercial como lo describe la Política de Cooperación de la EZA. Al tratar de cumplir de la mejor manera con estos objetivos, ambas organizaciones pueden verse afectadas por factores que están fuera de su alcance. Sin embargo, lo que cuenta es la más seria intención de dar lo mejor de nosotros, bajo el lema de transparencia, sinceridad y respeto mutuo y nuestro fuerte deseo de alcanzar el mayor cumplimiento de los 10 principios de la WFTO.

Este acuerdo de cooperación está basado en el documento de la Política de Cooperación de la EZA y en otros los documentos relacionados (especialmente los 10 Principios de la WFTO, Política de Precios de la EZA, Condiciones Generales de Compra de la EZA, Lista y Categorización de los Socios Comerciales de la EZA).

Después de revisar detenidamente este documento y los anexos respectivos y firmar este acuerdo de cooperación **ambas partes se comprometen a cumplir con la política de cooperación de la EZA**. Eso quiere decir que los socios comerciales de la EZA también aceptan que la EZA o cualquier organización miembro de la EFTA decida evaluar el cumplimiento de los 10 principios de la WFTO por parte de **XXXX (inserte aquí el nombre de su organización)** y compartir entre si los reportes de las autoevaluaciones o cualquier otro reporte de auditoría relevante o aceptar en cualquier momento una evaluación de la EFTA (después de un acuerdo mutuo y planeación adecuada).

Con este acuerdo de cooperación todos los socios comerciales de la EZA están conscientes que la falta de cooperación o transparencia y/o el no cumplimiento de los 10 principios de la WFTO conducirá probablemente a clausurar su relación comercial con la EZA Fairer Handel, puesto que la EZA está obligada de garantizarle a sus clientes y consumidores finales el cumplimiento de los criterios del Comercio Justo de parte de los socios comerciales, productores y productos.

Este acuerdo de cooperación vale para todo el tiempo de la relación comercial activa entre la EZA Fairer Handel y XXXX (inserte aquí el nombre de su organización).



Fecha y firma
(inserte nombre y función)

6 de mayo de 2013, Andrea Schlehuber
Gerenta General de la EZA Fairer Handel

Comentarios sobre el acuerdo de cooperación:

Organizaciones Socias de la EZA & su categorización

Marzo 2014

CATEGORÍA A - Productos alimenticios

Nombre de la organización socia	País
Bio Foods	Sri Lanka
CAFEL	Honduras
Cecocafen	Nicaragua
CIASFA (seit 2011, vormals Cecapro)	Guatemala
CIRSA	México
COSATIN	Nicaragua
FIECH	México
Flor del Cafetal	México
Green Net	Thailandia
Guaya`b	Guatemala
Gumutindo Coffee Cooperative Enterprise	Uganda
ISMAM	México
Juan Sabines Gutierrez	México
Nam Om Community Enterprise Group	Thailandia
Norandino (vormals Cepicafé)	Perú
Paluchén	México
Podie	Sri Lanka
Sindyanna of Galilee	Israel
Targanine	Marruecos
Tiemelonla nich k lum	México
UCIRI	México
Yaxcoffee	México
Yeni Navan	México

CATEGORÍA A - Artesanías y productos no comestibles

Nombre de la organización socia	País
Allpa	Perú
CIAP	Perú
Kalangu Projects	Ghana
BaobArt	Mozambique
Camari	Ecuador
Copavic	Guatemala
Safrudi/Saffy	Filipinas
Tara	India
Sapia	Colombia

Asha	India
Craftlink	Vietnam
Mai Handicrafts	Vietnam
Y-Development	Thailandia
EMA	India
CRC	India
Sasha - Sarba Shanti Ayog	India
Pop Atziak	Guatemala
Exporsal	El Salvador
Pekerti	Indonesia
Rajlakshmi Cotton Mills Ltd.	India
Craft Aid Mauritius	Mauritius
Qhana	Bolivia
Coproca / Awayu	Bolivia

CATEGORÍA B - Productos alimenticios

Nombre de la organización socia	País
Alter Trade (ATC)	Filipinas
Anapqui	Bolivia
Apicoop	Chile
Cecaq-11	Sao Tomé & Príncipe
Chankuap	Ecuador
Conacado	República Dominicana
COOPROAGRO	República Dominicana
Del Campo	Nicaragua
El Ceibo	Bolivia
Ericaville Farming Trust	Sudáfrica
Fair Trade Lebanon	Líbano
Gebana Afrique	Burkina Faso
Manduvira	Paraguay
Naranjillo	Perú
Oromia Union	Etiopia
PFTC - Panay Fair Trade Center	Filipinas
Sagrada Familia	Chile
Tea Promoters India / Banaspaty	India
Wupperthal Original Rooibos Cooperative	Sudáfrica

CATEGORÍA B - Artesanías y productos no comestibles

Nombre de la organización socia	País
ACP	Nepal
Zimele Crafts	Sudáfrica
Palam	India
Minka	Perú
Conserve	India
Inti Raymi - Raymisa	Perú
Cooperativa Semilla de Dios	El Salvador
Gospel House	Sri Lanka

Golden Palm Crafts	Sri Lanka
SIPA	India
CORR - The Jute Works	Bangladesh
Prokritee / MCC	Guatemala
Dhaka Handicrafts	Bangladesh
La Cucaracha	Colombia
Aj Quen	Guatemala
UCA Ruffatti	México
Xochiquetzal	Ghana
Bawa La Tumaini	Kenia
Undugu	India
Yuri-Enga	Bolivia
Noah's Ark	India
Pueblos del Sur	Chile
Silence	India
Señor de Mayo	Bolivia
FTCI (vormals Tibetan Refugees)	India

CATEGORÍA C - Productos alimenticios

Nombre de la organización socia	País
AgroAndino	Perú
Agrocel	India
Anap	Cuba
CACVRA	Perú
Candela	Bolivia
CDS	Burkina Faso
Centro de Comercio Solidario	Argentina
Cimex	Cuba
Coagrosol	Brasil
COCLA	Perú
Coopeagri	Costa Rica
Coopealnor (vormals Cealnor)	Brasil
Coopecañera	Costa Rica
Coronilla	Bolivia
CPSM (seit 2011, zuvor CGTSM)	Brasil
EAWOFA	Ghana
Ecookim	Costa del Marfil
Eksteenskuil Agricultural Cooperative	Sudáfrica
El Guabo	Ecuador
Eswatini Swazi Kitchen	Swasiland
Fruit of the Nile	Uganda
Herkulu Tea Estate / BBTC	Tansania
Kabi Habin	México
KCU - Kagera Cooperative Union	Tansania
KONAFSCOOP	Camerun
Laos Farmers Product / ASDSP	Laos
La Sureñita	Honduras
MASFA	Malawi
Meru Herbs	Kenia
Miel Bajo el Volcán	México
Mieles del Sur	México
Miel Mexicana	México
MIFRUTA	Chile

Montillo	Paraguay
Mountain Fruits	Pakistan
MSS - Mauritian Sugar Syndicate	Mauricio
MST - Movimento Sem Terra	Brasil
PARC	Palestina
Pueblo Apícola	Uruguay
Ruiz de Montoya	Argentina
Sekem - FDA	Egipto
Serendipalm	Ghana
SETRAPAL	Togo
South Organic	Tunesia
Ten Senses Africa	Kenia
Tzeltal Tzotzil	México
UNCRISPROCA	Nicaragua
Van Chan Organic Farmers Association	Vietnam

CATEGORÍA C - Artesanías y productos no comestibles

Nombre de la organización socia	País
TWC Nepal	Nepal
Talon Sports (+ div. Probelieferanten)	Pakistán
SKVIS	India
Mikono	Tansania
MIM	Nicaragua
KKM	India
CCC - Cambodian Craft Cooperation	Camboya
Inspirations of Africa	Sudáfrica
AMWA	Sudáfrica
Streetwires	Sudáfrica
National Handicrafts	Zimbabwe
Wola Nani Embrace	Sudáfrica
Machakos	Kenia
Mango True Mirage	Kenia
Bombolulu	Kenia
Preda	Filipinas
Q'antati	Bolivia