

POLÍTICA DE COOPERACIÓN DE LA EZA

Versión marzo de 2014

1) Definición

Como socios / organizaciones socias califica la EZA en primera línea a aquellos(as) socios(as) comerciales de África, Asia, Latinoamérica y el Cercano Oriente, que - directa o indirectamente - suplen a la EZA de productos y/o materia prima, es decir los y las productores y sus organizaciones del hemisferio sur. Con este concepto se trata de generar una relación comercial en el sentido de la definición del Comercio Justo, que literalmente dice:

*"El Comercio Justo - Fair Trade - es un hermanamiento comercial basado en el diálogo, transparencia y respeto, con el afán de lograr un comercio internacional más justo. Contribuye al desarrollo sostenible, ofreciendo mejores relaciones comerciales, asegurando los derechos de productores(as) y trabajadores(as) desfavorecidos(as) - especialmente en el Sur. Las organizaciones del Comercio Justo apoyadas por los y las consumidores, están implicadas activamente en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas públicas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional."*¹

2) Quiénes son las organizaciones socias de la EZA?

En la actualidad la EZA cuenta en total con **160 organizaciones socias** (ver cuadro 1, página 3). De las cuales **92 proveen directamente a la EZA**, actuando entonces la EZA como socia comercial o compradora directa, llevando a cabo la importación de la mercancía bajo las condiciones del Comercio Justo por si misma. En el caso de los socios comerciales **indirectos** se obtienen los productos (mayormente productos alimenticios compuestos como por ejemplo chocolates o barras de cereales, pero también frutas deshidratadas y nueces) principalmente a través de otras organizaciones importadoras del Comercio Justo, en la mayoría miembros de la EFTA². En estos casos la EZA no funge como compradora, pero trata de establecer el contacto directo a través de otras vías (como por ejemplo a través de visitas en los talleres de producción o invitaciones de los y las representantes de dichas organizaciones a la sede de la EZA) o recaba informaciones sobre sus organizaciones socias y sus miembros / productores(as).

El objetivo de la EZA es establecer relaciones comerciales lo más directamente posible con sus socios(as). Sin embargo, esto no siempre es posible o práctico debido a las cantidades requeridas y retos logísticos (por

¹Ésta es la definición del Comercio Justo concertada en diciembre del 2001 por agentes de la FLO (Fair Labelling Organisation / Organización Certificadora del Comercio Justo, www.fairtrade.net), IFAT (International Fair Trade Association / Asociación Internacional del Comercio Justo, www.ifat.org), NEWS! (Network of European Worldshops / Red Europea de las Tiendas del Mundo, www.worldshops.org) y EFTA (European Fair Trade Association / Asociación Europea del Comercio Justo, www.eftafairtrade.org).

² EFTA = European Fair Trade Association (Asociación Europea del Comercio Justo, unión de las diez organizaciones importadoras del Comercio Justo pioneras de Europa, ver www.eftafairtrade.org).

ejemplo en la fabricación de alimentos compuestos) o por los limitados recursos internos de la EZA. En estos casos la EZA obtiene los productos a través de otras casas del Comercio Justo (miembros de la EFTA y de la WFTO y/o importadores especializados del Comercio Justo).

La EZA Fairer Handel coopera con una gran variedad de organizaciones socias de acuerdo con su tamaño (desde grupos de productores primarios hasta federaciones centrales de varias cooperativas), formas de organización, orientación ideológica, grupo meta (campesinos(as) y pequeños productores(as), artesanos(as), trabajadores(as) de plantaciones o en fábricas), pertenencia económica (sector formal o informal), etc. En general diferenciamos los siguientes grupos de organizaciones socias:

- 1) **Uniones de artesanos(as) y campesinos(as)** (cooperativas, grupos de autoayuda, confederaciones centrales y otras formas similares de organización) caracterizadas por la forma en que permiten la participación directa de sus miembros (por ejemplo en la toma de decisiones, en cuanto a las formas de pertenencia común y participación, etc.) y por el afán de buscar el desarrollo común de su organización y mejorar la situación de vida de sus miembros;
- 2) **Organizaciones de mercadeo y exportación del Comercio Justo**, que apoyan a los(as) pequeños(as) productores(as) y artesanos(as) en el mercadeo de sus productos y ofreciéndoles apoyo en los campos de capacitaciones, diseño y desarrollo de los productos, equipamiento técnico y en el continuo desarrollo de sus organizaciones, grupos y talleres **y** que les apoyen para que cumplan los criterios del Comercio Justo a su vez;
- 3) **Plantaciones de té con certificación FLO**
- 4) **Empresas privadas con orientación social**, que se comprometen a cumplir con los criterios del Comercio Justo en sus empresas/fábricas y respectivamente en lo referente a la cooperación con sus productores externos; en esto los criterios importantes son el pago de salarios justos (por lo general mayor que el salario mínimo para dicho sector) a los(as) trabajadores(as) empleados(as) y productores(as), compromiso social y su responsabilidad con los(as) empleados(as) y trabajadores(as) y el fiel cumplimiento de las normas de la OIT³. El objetivo de la cooperación es implementar el Comercio Justo también en el sector privado, darlo a conocer y lograr a largo plazo cambios en el sector privado o bien en las empresas privadas escogidas.

La lista arriba descrita debe ser interpretada como una clara descripción de las prioridades de la EZA en cuanto a la selección de sus potenciales organizaciones socias. De parte de la EZA existe una clara preferencia de apoyo y cooperación con asociaciones de campesinos(as) o artesanos(as), el

³ Las normas de la OIT (Organización Internacional del Trabajo) abarcan las siguientes medidas: 029 trabajo forzado, 087 libertad de asociación y protección del derecho de asociación, 098 derecho de asociación y derecho a contratos colectivos, 100 igualdad de pago, 105 abolición del trabajo forzado, 111 discriminación, 138 edad mínima, 182 prohibición y medidas uregentes para combatir las peores formas de trabajo infantil; además permanecen vigentes las normas 001 horas laborales reglamentadas, 131 salario mínimo y 155 protección laboral y de salud;

llamado grupo de productores(as) primarios(as) y sus organizaciones. Esto se argumenta con que la EZA...

- da máxima prioridad al fomento de PEQUEÑOS(AS) PRODUCTORES(AS).
- ve la directa participación, cogestión y el empoderamiento de los(as) productores(as) como una importante tarea del Comercio Justo.
- apoya de singular manera a los(as) productores(as) primarios(as) y las organizaciones y estructuras sustentadas por ellos(as).

Cuadro 1: Resumen de las organizaciones socias de la EZA - total 160 (en marzo 2014).

	LA	Asia	África	Medio Oriente	A	Total
Organizaciones socias directas	39	32	19	2	92	39
Organizaciones socias indirectas	35	11	21	1	68	35
Organizaciones en el rubro de los alimentos	53	12	24	3	92	53
Organizaciones en el rubro de las artesanías y textiles	21	31	16	0	68	21
Asociaciones de productores (as)	54	7	14	0	75	54
Organizaciones de mercadeo	15	28	19	3	65	15
Plantaciones / empresas privadas	5	7	5	0	17	5
ONGs	1	0	2	0	3	1
Socios categoría A	26	15	5	1	47	26
Socios categoría B	20	15	9	1	45	20
Socios categoría C	28	13	26	1	68	28

3) Objetivo de la cooperación con las organizaciones socias

Las personas apoyadas por las organizaciones socias de la EZA – artesanos(as), campesinos(as), trabajadores(as) de plantaciones con certificación FLO (sobre todo de té) y empleados(as) de empresas con orientación social – figuran como los económicamente y socialmente desfavorecidos, por lo que son apoyados por el Comercio Justo y la EZA de manera especial, sobre todo en lo referente al anhelo por mejorar sus condiciones de vida. Detrás de esto está la convicción que los(as) productores(as) y trabajadores(as) desfavorecidos(as) a través de la fabricación de productos de calidad satisfacen las exigencias del mercado y así mejoran su situación económica fortaleciendo su posición social. Nosotros como empresa del Comercio Justo nos sentimos comprometidos de velar por las condiciones necesarias para ello.

Para alcanzar esto la EZA intenta en todo caso mantener **relaciones comerciales fiables y de larga duración** con sus organizaciones socias. Para apoyar a los(as) socios(as) existentes de la mejor manera posible, **mantiene la EZA en la cooperación con sus socios, el criterio de profundizar las**

relaciones comerciales existentes antes de admitir a nuevos(as) socios(as). En el caso concreto significa que la EZA aspira mejor desarrollar nuevos productos con sus organizaciones socias existentes y no obtener nuevos productos de cada vez más organizaciones nuevas. De manera que la admisión de una nueva organización socia siempre es la segunda opción en cuanto al desarrollo de nuevos productos con socios(as) existentes.

4) Fomento de las organizaciones socias de la EZA

La EZA Fairer Handel fomenta a los(as) productores(as) en el marco de sus posibilidades a través de:

- 1) **La adquisición de productos, mercancías y materias primas (por ejemplo café oro) producidas bajo condiciones justas,** es decir según los principios del Comercio Justo;
- 2) **Apoyo periódico y contribuciones** en los campos del desarrollo y diseño de productos, control de calidad, informaciones actuales sobre el desarrollo y tendencias del mercado austríaco (ver punto 11) según nuestras posibilidades – y en mayor medida para organizaciones socias de la categoría A y de acuerdo con el tema central actual del surtido general de la EZA;
- 3) **Trabajo informativo y de creación de conciencia** en nuestras organizaciones socias en lo referente a los criterios del Comercio Justo y su cumplimiento (*Fair Trade Compliance*);
- 4) **Monitoreo constante en lo referente al cumplimiento de los 10 principios de la WFTO⁴** por parte de las organizaciones socias y en cooperación con sus productores(as) primarios(as); puntualmente se hacen evaluaciones in situ⁵ o sea en el lugar de los hechos. En el marco de las evaluaciones se realizan talleres con los(as) empleados(as) y productores(as), para informarles sobre el significado y aplicación de cada uno de los principios de la WFTO;
- 5) **Apoyo financiero de proyectos** (en medida muy limitada) de nuestros socios comerciales con mayormente donaciones de las Tiendas del Mundo austríacas y donantes externos (por ejemplo para el financiamiento de proyectos de infraestructura para el procesado de los productos / materias primas del Comercio Justo, medidas para el mantenimiento del control de calidad, proyectos sociales y comunales para mejorar las condiciones de vida de los(as) productores(as) y de sus comunidades). El apoyo financiero de la EZA Fairer Handel se limita a las organizaciones socias de la EZA y a sus productores(as) primarios(as);
- 6) A petición de nuestras organizaciones socias **representamos sus intereses en cuanto a aspectos económicos, sociales y políticos** en contra de terceros (por ejemplo cartas de referencias, cabildeo (*lobbying*), cartas de protesta a instituciones oficiales, etc.);

⁴ 10 Principios de la WFTO = establecidos por la WFTO (Asociación Mundial del Comercio Justo) e internacionalmente reconocidos principios del Comercio Justo – ver punto 5.

⁵ Para las evaluaciones in situ la EFTA (Asociación Europea del Comercio Justo) desarrolló su propia *EFTA Fair Trade Assessment Tool* (herramienta de evaluación del Comercio Justo de la EFTA). Este método es aplicado por todas las organizaciones miembros de la EFTA y sobre todo para evaluar sus organizaciones socias, que no están inscritas en ninguna red internacional del Comercio Justo. Las organizaciones miembros de la EFTA efectúan dicha evaluación en estrecha cooperación y convenio intercambiando los resultados entre si. Así se obtiene una relativa gran cantidad de organizaciones socias evaluadas en plazos de 3 a 5 años.

- 7) **Información y concienciación de la opinión pública** con el objetivo de a) informar a la población austríaca acerca de las intenciones del Comercio Justo y b) mostrar al Comercio Justo como una posible alternativa de compra y de comercio y con ello ganar nuevos grupos de clientes que adquieran productos comercializados en forma justa;

5) Criterios para la Cooperación con nuestros socios comerciales

Como miembro fundador de la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO, ver además www.wfto.com), de la Asociación Europea del Comercio Justo (EFTA, ver además www.eftafairtrade.org) y como propietaria de primera hora de la licencia FAIRTRADE en Austria (ver además www.fairtrade.at), la EZA Fairer Handel se siente fuertemente comprometida con los criterios internacionales del Comercio Justo, así como fueron desarrollados por la WFTO y descritos en el documento de base conjuntamente por la WFTO y FLO (FAIRTRADE LABELLING ORGANISATION, ver www.fairtrade.net). Los mismos forman la base de nuestro trabajo diario y nuestro compromiso con los(as) productores(as).

En este sentido la **EZA se compromete a implementar y cumplir los 10 Principios del Comercio Justo desarrollados por la WFTO** („10 WFTO Principles“) evaluándolos y dándoles seguimiento a su cumplimiento por parte de las organizaciones socias de la EZA en África, Asia, Latinoamérica y el Cercano Oriente. Los **10 principios de la WFTO son un requisito que la EZA establece a todas sus organizaciones socias**. A continuación un listado de la implementación de los principios de la WFTO por parte de la EZA (en los campos de su responsabilidad) y nuestras expectativas hacia las organizaciones socias de la EZA (en los campos que ellos responsabilizan) – ver además anexo 1 “Los Diez Principios de la WFTO”.

Principio Uno: Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas

¿Cuál es el aporte de la EZA?

- **Selección de las organizaciones socias:** Las potenciales organizaciones socias de la EZA son unificaciones de productores(as) u organizaciones, cuyo objetivo es el fomento y apoyo de sus miembros / productores(as) primarios(as) con desventajas económicas y sociales. El Comité de Socios de la EZA verifica sí el socio potencial cumple con éste principio básico en una primera evaluación realizada antes de admitir a la organización como nueva socia (ver Comité de Socios de la EZA, punto 9).
- **Se prefieren a uniones de campesinos(as) y artesanos(as)**, los llamados grupos de productores primarios y sus gremios que a otras formas organizativas del Comercio Justo.
- **Organizaciones socios del hemisferio sur:** Es un hecho que en los países del hemisferio norte también hay productores(as) en desventaja. Sin embargo la EZA enfoca sus esfuerzos, en el sentido del concepto original del Comercio Justo, hacia los(las) productores(as) de los países del hemisferio sur.
- **Acceso al mercado y en lo posible contacto comercial directo** evitando aquellos intermediarios que desfavorecen y explotan a los(as) productores(as), ofreciendo los beneficios del Comercio Justo lo más

directamente posible a los(as) productores(as). En aquellos casos que el contacto o la compra del producto no sea posible en forma directa por razones económicas y/o logísticas, los productos serán importados por otras casas del Comercio Justo – de preferencia organizaciones miembros de la EFTA. En aquellos casos que la mercadería no sea comprada directamente de los(as) productores(as), la EZA garantiza procesos transparentes y se encarga de que los beneficios de la relación comercial lleguen a los(as) productores(as) que están al inicio de la cadena productiva.

- **Cooperación fiable y de larga duración:** Cuando el Comité de Socios admite a una nueva organización como socia de la EZA, lo hace con la plena intención de mantener una relación comercial duradera con dicha nueva organización. Fundamentalmente las relaciones comerciales son de carácter permanente (si no está prevista de otra forma) y será mantenida mientras la situación económica de la EZA lo permita, los productos puedan ser vendidos en el mercado austriaco y mientras no exista ninguna otra razón de fondo que conduzca a clausurarla. Esto sólo es posible, si se trabaja en un verdadero proceso de intercambio, que permita comprobar permanentemente las relaciones comerciales justas y posibilitando el desarrollo común.
- **El valor agregado más grande en los países de producción:** Gran significado se da al más alto valor agregado posible (de acuerdo a la calidad) y al aspecto de la generación de empleos y ocupación de los(as) productores(as) en los países de producción. Por ésta razón nuestro principal cuidado radica en la importación de mercadería y productos elaborados y producidos en los países de origen (siempre bajo la premisa de la factibilidad logística y económica).
- **La EZA aspira hacer pedidos periódicos** con volúmenes constantes, pues estos representan la base económica de nuestras organizaciones socias y aseguran su desempeño con los grupos de productores(as) primarios(as); además son un aporte sostenible a la seguridad de ingresos de los(as) productores(as). Sin embargo es un hecho que las cantidades solicitadas por la EZA dependen a la vez de la demanda en nuestros mercados principales.
- **Diseño y desarrollo de productos:** Para poder hacerle a nuestras organizaciones socias constantes pedidos y por muchos años, brinda la EZA su apoyo en los campos del diseño y desarrollo de productos, control de calidad e informaciones a nuestros socios sobre las tendencias y nuevos requerimientos del mercado (ver además el principio 8 "Creación de Capacidades"). El constante desarrollo del surtido de la EZA se aprecia como una condición previa para una cooperación duradera y apoyo a los(as) productores(as) (o sea para asegurar sus ingresos), siendo a la vez la base de la relación comercial. Por sus limitados recursos la EZA no puede apoyar a todas sus organizaciones socias de igual manera. Por ésta razón se hizo una categorización de las actuales organizaciones socias (ver puntos 11 y 12).

¿Qué espera la EZA de sus socios comerciales?

- El grupo meta de nuestras organizaciones socias son los(as) productores(as) en desventaja económica, social y política, respectivamente sus grupos y asociaciones.

- El objetivo de nuestras organizaciones socias tiene que ser el **mejoramiento de las situaciones de trabajo, ingreso y condiciones de vida de los(as) productores(as) en desventaja** – se deben crear y mantener nuevas opciones de ingresos y empleos. Este objetivo tiene que estar descrito en la misión de la organización.
- **Existe el compromiso de cumplir e implementar los 10 principios de la WFTO**, las normas de trabajo de la OIT⁶ y las leyes nacionales que apliquen.
- **Cooperación directa y apoyo activo** – en el sentido del Comercio Justo - de los grupos de productores(as) en los países de origen.
- **Cooperación a largo plazo y acompañamiento constante** de los grupos de productores(as) en combinación con pedidos periódicos.
- La más amplia **participación e integración de los(as) productores(as) en la organización** (formalmente a través de la participación directa de los(as) representantes o informalmente a través de una continua y estrecha cooperación con los(as) productores(as)) y su integración en aquellos temas que les atañen directamente. La EZA da preferencia a la primera opción.
- Además de la producción para la exportación deberá fomentarse la **producción para el mercado local y/o nacional** donde fuera posible y así evitar una futura dependencia de sólo un producto y/o mercado. La producción de alimentos básicos deberá fomentarse al igual que los cultivos comerciales (*cash-crops*). Esto significa un aporte sustancial a la seguridad alimenticia de los(as) productores(as) en desventaja.

Principio 2: Transparencia y responsabilidad

¿Cuál es el aporte de la EZA?

- **Informes anuales:** Todas las organizaciones socias de la EZA – directas como indirectas - reciben una vez al año el informe anual de la EZA traducido al inglés y español para informarse de la labor actual y desarrollo de la EZA. El informe anual abarca el balance comercial, informaciones de venta y temas centrales del último año, desarrollo de cada grupo de productos y los canales de venta.
- **Auto-evaluación:** Como miembro de la WFTO la EZA está comprometida a realizar una auto-evaluación (*Self Assessment*), cuyo objetivo es evaluar el trabajo propio y el cumplimiento de los 10 principios de la WFTO por parte de la EZA misma. En el marco de dicha auto-evaluación invitamos a nuestras organizaciones socias directas a evaluar a la EZA según los principios de la WFTO (**Reverse Assessment**) y sus puntos de vista y experiencias concretas. Los resultados de la auto-evaluación son resumidos en un informe (*Self Assessment Report*) y puestos a la disposición de todas nuestras organizaciones socias, miembros de la WFTO y otras organizaciones interesadas en el trabajo de la EZA. Así mismo los resultados del "Reverse Assessment" y las medidas de allí surgidas son puestas a disposición de todas nuestras organizaciones socias directas.
- **Calculación de precios:** Como organización del Comercio Justo nos comprometemos a observar una calculación de precios transparente en

⁶ Ver nota al pie de la página 2.

relación a nuestros clientes y organizaciones socias / productores(as). A petición se dan a conocer y se explican calculaciones de precios concretas.

- **Obtención de información:** Cada dos años la EZA recaba el estado actual y el cumplimiento de los 10 principios de la WFTO de parte de sus organizaciones socias a través del cuestionario EFTA. La información así recabada sirve además del constante monitoreo para actualizar la descripción de cada organización socia de la EZA y brindar informaciones sobre dichas organizaciones a nuestros clientes (ver www.eza.cc/ProduzentInnen).
- **Reporte de ventas / aceptación de los productos:** Las organizaciones socias de la EZA esperan recibir informaciones y una opinión directa acerca de los productos y/o muestras entregadas y su aceptación en el mercado austríaco. La EZA se compromete en la medida de sus posibilidades a brindar opiniones generales, que puedan ayudar a las organizaciones socias a desarrollar y mejorar sus productos y así asegurar sus pedidos o bien aumentarlos. A petición, el departamento de compras brinda opiniones detalladas.
- **Brindar informaciones sobre la EZA** es parte del programa de visitas en el marco de los viajes informativos de nuestros(as) productores(as) y empleados(as) de la EZA y de las visitas de los(as) representantes de organizaciones socias en nuestra sede en Köstendorf / Weng. Durante dichas visitas se intercambian informaciones acerca de la calculación de precios, éxitos en ventas, desarrollo de la producción, control de calidad e implementación de los 10 principios de la WFTO. Además la EZA se compromete a brindar plena información cuando ésta sea requerida por nuestras organizaciones socias.

¿Qué espera la EZA de sus socios comerciales?

- **Amplia información sobre la organización:** Descripciones verdaderas y transparentes sobre la orientación, objetivos, estructura, desarrollo actual al interior de la organización y sobre la cooperación con los grupos de productores(as).
- **Periódicas actualizaciones** sobre el desarrollo de la organización socia (cada dos años las organizaciones socias de la EZA están comprometidas a completar o actualizar el cuestionario EFTA).
- **Informaciones sobre los grupos de productores(as) y procesos productivos.**
- **Descripción detallada de la calculación del precio FOB⁷** e información sobre el pago de los productores(as) primarios(as).
- **Vívida transparencia y participación de los actores relevantes:** Tienen que estar disponibles para todos(as) las informaciones sobre las estructuras internas de la toma de decisiones, precios, salarios y métodos de producción. La transparencia es una importante condición de cualquier forma de participación!
- Los diferentes **modelos de participación/representación de los y las asalariados(as)** deben ser claramente identificables y estar bien anclados en la organización/grupo/institución/empresa. Sobre todo en organizaciones/empresas con personal contratado debe asegurarse la aplicación de las convenciones ILO 87 (libertad de unificación y protección

⁷ Precio FOB „Free-on-Board“ = precio de compra al que la EZA compra sus productos (sin incluir los costos de flete)

del derecho de unificación) y 98 (derecho de unificación y derecho de contratos colectivos) en relación a una representación independiente de los intereses de los y las trabajadores(as) y empleados(as).

- **Informaciones sobre la cadena productiva y trazabilidad de los productos** hasta los(as) productores(as) primarios(as) (incluyendo información sobre la procedencia de la materia prima utilizada). Donde sea posible siempre se dará preferencia a materia prima / ingredientes procedentes del Comercio Justo. El objetivo es una cadena de producción lo más integral posible, de acuerdo con los criterios del Comercio Justo desde los(as) productores(as) primarios(as) pasando por las organizaciones de mercadeo y exportadores hasta la EZA!
- A petición pedimos de nuestros(as) socios(as) sus informes anuales (de contar con ellos), presentaciones, auto-evaluaciones y cualquier otro documento relevante.

Principio 3: Prácticas comerciales justas

¿Cuál es el aporte de la EZA?

- **Informaciones a tiempo acerca de los pedidos** : Volúmenes y fechas de los pedidos y tiempos de entrega
- **Pedidos y contratos claros** más amplia especificación de productos
- **Adecuados tiempos de entrega** que correspondan con la capacidad productiva de la organización socia y de sus grupos de productores(as)
- **Remuneración correcta** y respeto de las fechas de pago
- A petición de las organizaciones socias **se ofrecen pagos por adelantado** (hasta el 60% del valor de un contrato) o acceso a fuentes alternativas de financiamiento (por ejemplo través de Shared Interest y Root Capital);
- Más informaciones – ver anexo 2 **“Condiciones generales de compra de la EZA”**.

¿Qué espera la EZA de sus socios comerciales?

- **Implementación de prácticas comerciales justas** (como arriba descritas) con los (grupos de) productores(as) primarios(as)
- **Información a tiempo sobre posibles retrasos** en la producción o bien en la entrega de los productos solicitados
- Como organización del Comercio Justo la EZA está interesada en productos elaborados y adquiridos bajo condiciones del Comercio Justo. Si una organización socia no puede garantizar el cumplimiento de los criterios del Comercio Justo debido a sus proveedores / productores(as), entonces dichos productos serán claramente marcados como “no procedentes del Comercio Justo”.

Principio 4: Pago de un precio justo

¿Cuál es el aporte de la EZA?

- **Remuneración justa:** Los(as) productores(as) tienen el derecho de una remuneración justa por la elaboración de productos de alta calidad. El término de calidad no sólo abarca la esmerada producción de la materia prima sino también un competente y creativo procesamiento, así como la calidad social y ecológica del producto.

- **Precio mínimo garantizado:** Para productos con certificación FLO se aplica el sistema de precios fijados por FLO⁸ (ver www.fairtrade.net) en lo que se refiere al precio mínimo FLO y el pago de la prima FLO (premio social). El precio mínimo FLO es un precio que cubre los costos de producción bajo condiciones justas, socialmente y ecológicamente sostenibles. FLO habla entonces del COSP (= *Cost of Sustainable Production* / costo de una producción sostenible).
- Para productos que no tienen el sello de calidad FAIRTRADE (por ejemplo productos artesanales) vale como **orientación el precio FOB⁹ fijado por las organizaciones socias.**
- Para más información ver anexo 3 „Política de Precios de la EZA“

¿Qué espera la EZA de sus socios comerciales?

- **Pago de salarios justos y precios justos en base a una calculación transparente de precios:** Un precio justo debe de cubrir completamente los costos de producción en base a una remuneración justa, conteniendo además un margen de ganancia para los(as) productores(as) o bien las organizaciones socias. Una remuneración justa para la EZA es aquella cuyo nivel no pueda ser más bajo que el salario mínimo oficial o bien que deba sobrepasarlo. Estamos conscientes que en muchos lugares el salario mínimo oficial es calificado como insuficiente. Pero por otro lado, en los países del hemisferio sur es una realidad palpable que sobre todo a los(as) productores(as) del sector informal se les remunera por abajo del salario mínimo. Entonces la aplicación de una remuneración en base al salario mínimo oficial significa para muchos(as) productores(as) del sector informal una mejoría de su situación económica. En resumen: Para el sector informal por lo menos debiera utilizarse el salario mínimo oficial como base de cálculo para el pago de los productores(as) primarios(as) y el mismo NO podrá ser menor. Para el sector formal espera la EZA el cumplimiento de la normas de trabajo de la OIT, de conformidad con los acuerdos nacionales de trabajo o bien el pago en base a lo usual para dicho sector. Ofertas adicionales y servicios para los(as) empleados(as) y productores(as) son bien recibidos. Lo mismo vale para cualquier forma de participación de los beneficios o bien repartición de ganancias a los(as) empleados(as) y productores(as) sobre todo en el caso de empresas y plantas privadas.
- El objetivo a largo plazo de la EZA es la implementación de un „**Living Wage**“ / **salario vital** (ver más abajo).
- **Remuneración puntual y fiable** de los(as) productores(as) (primarios(as)), empleados(as) y trabajadores(as)
- **Participación de los(as) productores(as)** en la calculación de precios
- **Informaciones sobre la base de pago de los(as) productores(as)** (remuneración por pieza vs. salario fijo, en base al salario mínimo, acerca del salario mínimo, „*living wage*“ / salario vital, aplicación del *Fair Wage Guide*¹⁰)

⁸ FLO = FAIRTRADE Labelling Organization

⁹ FOB = Free on Board = precio de compra al que la EZA compra sus productos (sin incluir los costos de flete)

¹⁰ *Fair Wage Guide* = es un método desarrollado por la organización World of Good para la calculación de un precio justo, ver www.fairtradedcalculator.com

- **Informaciones sobre la situación de ingresos de los(as) productores(as)** (producción estacional vs. producción continua, periodicidad de los pedidos, etc.)
- **Transparencia** en cuanto a la estructura de salarios y precios
- **Aplicación del principio del precio justo** (según la definición de la WFTO) – ver anexo 1 – Los Diez Principios de la WFTO

A juicio de la EZA el objetivo a largo plazo de todos los actores del Comercio Justo debería ser el pago de un „Living Wage” / salario vital!

Por eso interviene la EZA en la medida de sus posibilidades en diversas redes de Comercio Justo y respectivamente en el intercambio con sus organizaciones socias. Un „Living Wage”/salario vital tiene que estar definido de tal manera que los(as) productores(as) puedan satisfacer sus necesidades básicas (vivienda, alimentación, educación, salud,...), y que obtengan la posibilidad tomar las medidas de prevención necesarias. Claro está, que ésta responsabilidad no puede recaer solamente en las organizaciones socias de la EZA, pero tampoco sólo en la EZA Fairer Handel, sino que a toda la cadena con todos sus actores. Es un hecho que con ésta demanda se trata de un objetivo y proceso a largo plazo. La implementación sólo puede ser realizada paso a paso conjuntamente con las respectivas organizaciones socias y bajo la consideración de las condiciones generales existentes.

En enero de 2013 se presentó un estudio de la EFTA sobre la situación actual incluyendo posibles soluciones para la implementación de la demanda del pago de precios y salarios justos (en base al salario vital). En base a los resultados de dicho estudio, la EZA discutirá y definirá los siguientes pasos a dar en el campo propio y en cooperación con sus organizaciones socias.

Principio 5: Asegurar la ausencia del trabajo infantil y trabajo forzoso

¿Cuál es el aporte de la EZA?

- La implementación de este criterio está reglamentado por las leyes austriacas. Es por eso que la EZA en este punto se limita a la labor **de generar conciencia en las organizaciones socias y en los(as) productores(as)**. Esto sólo puede suceder en el lugar de los hechos en amplia cooperación con nuestros socios comerciales.
- Durante las visitas in situ se presta especial cuidado en la **comprobación de la aplicación** de este punto.

¿Qué espera la EZA de sus socios comerciales?

- **Protección de los niños y cumplimiento de los derechos de los(as) niños(as):** A los(as) niños(as) no se les puede negar el acceso escolar por su eventual ayuda en una empresa o taller familiar. Además de eso los(as) niños(as) no pueden realizar labores que pongan en peligro su salud y que no están de acuerdo con su edad.
- **Creación de conciencia y monitoreo** en los grupos de productores(as) sobre el tema trabajo infantil (o bien ayuda de los(as) niños(as) en la cosecha y/o producción) y los derechos de los(as) niños(as).
- **Redacción de una política** sobre el tema trabajo infantil y darlo a conocer entre los(as) productores(as).
- **Prohibición** de cualquier forma **de trabajo forzado**.

Principio 6: Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación (sindical)

¿Cuál es el aporte de la EZA?

- **No se toleran discriminaciones de ningún tipo** (dentro de la EZA y por los(as) empleados(as) de la EZA). Sí se da a conocer un caso de discriminación, la gerencia y respectivamente el sindicato deberán actuar inmediatamente e impedirlo.
- Queremos dedicarle al **trabajo de género especial atención**, entendiendo que ésta es una misión primeramente dirigida hacia nosotros(as) mismos(as), sensibilizando nuestra percepción hacia las mujeres y sus situaciones concretas – en nuestro propio espacio de influencia / empresa y con nuestros productores(as). La situación y posición de la mujer en las diversas organizaciones socias debe ser constantemente tema de discusión y documentación. Queremos apoyar los proyectos e intentos de nuestros socios que fomenten la **participación de la mujer, darles el control sobre su trabajo, su vida y su ingreso y que traten de equilibrar la desigualdad entre hombres y mujeres.**
- Organizaciones que traten expresamente y en forma amplia de mejorar la situación de la mujer / de sus productoras, recibirán nuestro apoyo puntual y serán preferidos al hacer la adjudicación de pedidos.
- Dentro del personal se les brindará la oportunidad a las mujeres – además del reglamento de protección por ley de la mujer sobre todo de las mujeres embarazadas y en período de lactancia – y a los hombres de poder **compaginar el trabajo con la familia de la mejor manera posible** (por ejemplo a través de jornadas de trabajo flexible, posibilidad de llevar trabajo a casa, etc.).
- Es válida la premisa: **Igual pago por igual trabajo.**
- La EZA tiene un **sindicato activo** que representa los intereses de los(as) empleados(as). Adicionalmente cada empleado(a) está libre de asociarse y comprometerse sindicalmente.

¿Qué espera la EZA de sus socios comerciales?

- Las(los) socios(as) comerciales respetan en igual medida a personas de diferente opinión política, religión, cultura, sexo y procedencia y reconocen el derecho de libertad de expresión y asociación.
- Es válida la premisa: **¡Igual pago por igual trabajo!**
- Especial atención se dará a la **participación y derechos de la mujer.**
- El objetivo es la creación de **igualdad de oportunidades** para mujeres y hombres en desventaja.
- **Libertad de asociación (sindical) y libertad de reunión:** A todos los(as) productores(as) se les debe dar la oportunidad de organizarse para que puedan representar y reclamar sus derechos o bien participar en la toma de decisiones que les atañen de la mejor manera posible, es decir hacerse escuchar. La forma de asociarse de los(as) productores(as) / empleados(as) dependerá de cada situación y tipo de organización del socio(a) a la que pertenezcan y va desde una participación directa en su cooperativa, o fundación de sindicatos / representantes de los(as) productores(as) hasta formas informales de participación sobre todo en organizaciones de mercadeo. Claro está que la EZA da preferencia a la

participación y cogestión directa y menos a otros modelos informales de participación. La situación de cada organización socia es analizada y evaluada por el comité de socios de la EZA.

Principio 7: Asegurar buenas condiciones de trabajo

¿Cuál es el aporte de la EZA?

- El cumplimiento de las leyes sobre las medidas de seguridad y derecho laboral para la EZA es evidente.
- La EZA hace esfuerzos por mantener un **clima de trabajo de aprecio** y cooperación y un **trato justo entre todos(as)**. El mantenimiento de un buen clima de trabajo es tarea de cada uno de nosotros(as).
- La EZA crea las condiciones necesarias para que sus empleados(as) se desenvuelvan de la mejor manera posible, para que se involucren y se puedan realizar (por ejemplo a través de capacitaciones específicas, equipo adecuado en sus puestos de trabajo, horarios flexibles de trabajo, etc.).

¿Qué espera la EZA de sus socios comerciales?

- Condiciones dignas de trabajo bajo el uso de tecnologías y materiales adecuados y bajo la implementación de prácticas de producción y trabajo que garanticen la salud y seguridad laboral (las directrices son las normas de trabajo de la OIT¹¹).

Principio 8: Facilitar el desarrollo de capacidades

¿Cuál es el aporte de la EZA?

- En la empresa propia, la EZA ofrece a sus empleados(as) la posibilidad de capacitarse profesionalmente para que puedan llevar a cabo su labor de la mejor manera posible.
- **Desarrollo de mercado, producto y diseño:** En la medida de sus posibilidades la EZA apoya a sus organizaciones socias del sur para que ellos puedan adaptar sus productos de tal manera que satisfagan los altos requerimientos del mercado europeo, desarrollando sus productos, y poder así permanecer a largo tiempo en el mercado. Esto es válido tanto para el segmento de los productos alimenticios como para las artesanías, cosméticos naturales y - sobre todo en los últimos años - el segmento de la Moda Justa ("*Fair Fashion*"). Igualmente importante es la facilitación de los conocimientos del desarrollo actual de los mercados meta y las exigencias de calidad de los productos por parte de los(as) consumidores(as).
- **Conocimiento de los criterios del Comercio Justo:** La EZA apoya a nuevas y jóvenes organizaciones socias para que conozcan los criterios del Comercio Justo y los apliquen en sus organizaciones y grupos de productores(as).
- **Talleres de Comercio Justo y evaluaciones in situ:** Adicionalmente se hacen evaluaciones in situ, basadas en un dialogo altamente participativo. Con una amplia participación de los(as) productores(as) se evalúan organizaciones seleccionadas, cuyos éxitos como debilidades son

¹¹ Ver nota al pie de la página 2.

reconocidos tratando de solucionar los problemas encontrados conjuntamente.

- **Trabajo educativo e informativo** en Austria sobre los temas del Comercio Justo y respectivamente sobre las organizaciones socias y los(as) productores(as).

¿Qué espera la EZA de sus socios comerciales?

- **Capacitaciones generales de los(as) productores(as):** asistencia técnica, desarrollo y diseño de productos, técnicas de producción, capacitaciones sobre los criterios del Comercio Justo, etc. de acuerdo con la situación respectiva, necesidades concretas de los(as) productores(as) y exigencias del mercado.
- **Medidas de empoderamiento ("Empowerment"):** Son bienvenidas medidas y capacitaciones que fomenten y fortalezcan la autoestima de los(as) productores(as) con respecto a sus derechos y obligaciones, así como los conocimientos necesarios para mejorar su situación general de vida y trabajo.

Principio 9: Promoción del Comercio Justo

¿Cuál es el aporte de la EZA?

- **Trabajo informativo y publicitario en Austria** sobre las organizaciones socias de la EZA (elaboración de descripciones de los socios, organización de visitas a y viajes de los(as) productores(as) o sus representantes, informaciones de prensa, elaboración de diversos materiales informativos, etc.).
- **Organización de charlas, seminarios y jornadas de capacitación** sobre los temas del Comercio Justo.
- **Cooperación en diversas redes internacionales del Comercio Justo y foros del Comercio Justo**
- La EZA practica el **concepto de una "casa abierta"**. De ésta manera grupos escolares, excursiones y otros grupos de personas interesadas obtienen la posibilidad de visitar la EZA y conocer como la EZA implementa en la práctica los criterios del Comercio Justo.
- **Capacitación de las organizaciones socias y de los(as) productores(as) (primarios(as))** acerca de los criterios del Comercio Justo (ver bajo el principio 8).

¿Qué espera la EZA de sus socios comerciales?

- En principio valen los puntos arriba expuestos también para nuestras organizaciones socias. Al mismo tiempo sabemos que no todas nuestras organizaciones socias pueden cumplir dichos puntos. Para nosotros la más importante tarea de nuestros socios(as) en este campo es informar a sus productores(as) sobre los criterios del Comercio Justo y explicarles cuáles son sus derechos y obligaciones en cuanto a la implementación de dichos criterios en sus espacios de influencia propia (por ejemplo grupo, taller, empresa familiar).

Principio 10: Respeto con el medio ambiente

¿Cuál es el aporte de la EZA?

- La EZA pugna en los campos de su competencia por *la implementación de los más altos principios ecológicos* (por ejemplo en el sector transporte, embalaje, suministro, energía, etc. Un ejemplo visible de esto es el edificio-sede de la empresa, construido bajo el concepto de edificio de escasos requerimientos energéticos y la muy alta cuota de productos alimenticios orgánicos certificados (actualmente más de 80%).
- **Preferencia de productos de producción sostenible:** El comercio de la EZA incluye productos alimenticios y artículos de moda, artesanías y cosméticos. Especial atención se da a la producción social y ecológicamente sostenible.
- **Preferencia de organizaciones cuya producción sea ecológicamente sostenible,** pues por un lado el mercado austríaco demanda productos ecológicamente sostenibles y por otro por la convicción que así damos un eficiente aporte para que la situación ambiental de los países del hemisferio sur mejore paso a paso.

¿Qué espera la EZA de sus socios comerciales?

- Los(as) socios(as) de la EZA actúan con **respeto al medio ambiente.**
- Debe de acatarse las **directrices legales y las directrices de la Unión Europea sobre la seguridad de los productos y la protección de los(as) consumidores(as).** Al mismo tiempo significa la implementación de las estrictas directrices de la Unión Europea una masiva mejoría de las condiciones de trabajo en cuanto a la salud de los(as) productores(as) se refiere, quienes a diario están expuestos(as) al proceso productivo.
- La producción deberá hacerse **ahorrando energía lo más que se pueda, teniendo que ser sostenible y compatible con la salud y medio ambiente.**
- **Trato responsable con los recursos y desechos de producción:** Deberán de utilizarse en lo posible recursos renovables y materias primas locales. Se debe de fomentar el reciclaje y reutilización de la materia prima en el proceso productivo.
- **Se prefieren métodos de producción orgánicos y ambientalmente amigables** bajo consideración de las condiciones generales locales.

5) Compromiso de cumplir con los principios arriba mencionados

Durante la evaluación de las potenciales organizaciones socias a través del Comité de Socios (ver punto 9) se les informará acerca de la Política de Cooperación de la EZA y sobre su compromiso de cumplir los principios expuestos en el punto 5. Para que una organización pueda ser admitida como socia de la EZA tiene ésta que presentar una declaración firmada con el compromiso de cumplir con los preceptos antes mencionados (ver anexo 4 Acuerdo de Cooperación). Organizaciones socias de la EZA recibirán la nueva Política de Cooperación de la EZA con el favor de leerla detenidamente y firmarla confirmando así el compromiso de cumplir con los criterios del Comercio Justo.

7) Comprobación del cumplimiento de los criterios del Comercio Justo

La EZA se compromete a comprobar periódicamente el cumplimiento de los criterios expuestos en el punto 5. Dicha comprobación será a través de:

- a) Para los(as) socios(as) con certificación FAIRTRADE (FLO) a través de la inspección anual de FLO-Cert (certificadora independiente de FAIRTRADE International, control externo);
- b) En opinión de la EZA, el control del cumplimiento de los criterios del Comercio Justo de los socios comerciales indirectos, radica principalmente en la organización importadora del Comercio Justo que mantiene el contacto directo con ésta. Adicionalmente la EZA podrá recabar más información.
- c) En todo caso la EZA pide a todas sus organizaciones socias (directas e indirectas) actualizar cada dos años el cuestionario de la EFTA sobre el cumplimiento de los principios de la WFTO. **Esto vale para TODAS las organizaciones socias de la EZA (tanto directas como indirectas, con certificación FLO, así como también para organizaciones miembros de la WFTO).**
- d) En el marco de la cooperación con la EFTA se pretende **evaluar in situ cada 3 años el cumplimiento de los criterios del Comercio Justo por todas las organizaciones socias relevantes** según lo estipula la metodología de evaluación de la EFTA (EFTA Fair Trade Assessments). Exentos de ello están sólo las organizaciones socias con certificación FLO. Las debilidades identificadas durante la evaluación serán retomadas y tratadas en cooperación con la organización socia en el marco de un proceso de seguimiento. El objetivo es comprobar el cumplimiento de los criterios del Comercio Justo de la mejor manera posible y garantizarlo a los clientes del Comercio Justo.

Al inicio de cada nueva relación comercial, durante el proceso de admisión de una nueva organización socia, el Comité de Socios de la EZA evaluará la aplicación de los criterios del Comercio Justo por dicha organización. Esto es válido para TODAS las potenciales organizaciones socias de la EZA (tanto directas como indirectas).

8) Selección de las potenciales organizaciones socias

El Comercio Justo – como lo practica la EZA – se orienta en los criterios antes expuestos bajo el punto 5. Éstos representan la base de las decisiones con cuáles organizaciones potenciales se entablará una relación comercial y al mismo tiempo significan el reglamento y directrices que las organizaciones socias tienen que cumplir para cooperar bajo la premisa del Comercio Justo. Los criterios además cumplen con las siguientes tareas importantes:

- Garantizan a nuestros clientes que todos los productos ofertados por la EZA son producidos y comercializados en forma justa.
- Son un apoyo para nuestros socios comerciales en la toma de decisiones, si ellos desean o pueden colaborar con la EZA bajo las condiciones del Comercio Justo. Al mismo tiempo **las organizaciones socias de la EZA asumen la responsabilidad de implementar los criterios del Comercio Justo en los campos de influencia propia**, en su cooperación con los(as)

productores(as) y al interior de los grupos de productores(as) (ver también el anexo 4 "Acuerdo de Cooperación").

Siempre cuando se aplican los criterios, las personas encargadas de la EZA (gerencia, Comité de Socios y departamento de compras) tienen que tomar decisiones, tomando en consideración lo siguiente:

- En la evaluación de los(as) socios(as) comerciales debe de tomarse en cuenta el muy variable y específico contexto económico, político, social y cultural en que están inmersos.
- Por diversas razones algunos(as) socios(as) comerciales posiblemente no puedan desde el principio cumplir a cabalidad con los criterios nombrados bajo el punto 5; en algunos casos concretos tiene incluso sentido motivar a ciertos socios(as) para que cumplan paulatinamente con los criterios. Durante este proceso las organizaciones tienen que ser acompañados y monitoreados por la EZA.

La condición básica para establecer una relación comercial es su solidez económica. Una relación comercial sólo será posible si existe un producto potencialmente interesante y vendible. Si un producto es visto como una interesante adición al surtido existente de la EZA, entonces como segundo paso se evaluará a la potencial organización socia en lo referente a los criterios expuestos en el punto 5.

Proceso de selección de un(a) socio(a) comercial:

1. **Recabar información básica** sobre el posible socio (por el departamento de compras) mediante el cuestionario de la EFTA.
2. **Comprobación por el departamento de compras** - evaluación primaria del posible socio.
3. **Sólo para productos artesanales: Posibilidad de un primer pedido de prueba** después de una previa evaluación positiva, comprobando así el proceso de exportación e importación, la calidad del producto y la aceptación de los productos en el mercado.
4. **Amplia investigación** de la posible organización socia por el departamento de "Organizaciones Socias del Sur" y elaboración de un documento base para el Comité de Socios.
5. **Informar a la potencial organización socia** sobre la EZA (auto descripción), su Política de Cooperación con los socios y sus expectativas concretas en lo referente a la implementación y cumplimiento de los criterios expuestos en el punto 5.
6. **Discusión en el Comité de Socios** (ver punto 9) y proceso de toma de decisión.
7. **Información a la potencial organización socia** acerca de la aceptación o rechazo por el Comité de Socios de la EZA.
8. **Firma del Acuerdo de Cooperación por todas las organizaciones socias directas** admitidas por el Comité de Socios (en el que se comprometen tanto la EZA como las organizaciones socias a implementar y cumplir los criterios expuestos en el punto 5).
9. **Inicio oficial de la relación comercial** y realización de los primeros pedidos.

Con las organizaciones socias indirectas la responsabilidad principal en relación al cumplimiento de los criterios del Comercio Justo radica en las organizaciones del Comercio Justo proveedoras de la EZA. Por ésta razón en casos, que la EZA importe sus productos vía terceros y no de forma directa, la organización proveedora del Comercio Justo será informada sobre la Política de Cooperación de la EZA con el aviso que la EZA espera el cumplimiento y control de los criterios expuestos en el punto 5 por la organización socia en cuestión y sus proveedores(as). Para darle mayor importancia y recalcar el compromiso se les pide también a las organizaciones del Comercio Justo proveedoras de la EZA que firmen el "Acuerdo de Cooperación" (ver anexo 4).

9) El Comité de Socios de la EZA

El Comité de Socios es un **gremio interno de toma de decisiones de la EZA.** El mismo **labora basado en la Política de Cooperación** aquí descrita y en estrecha cooperación con los departamentos de compras y ventas. El Comité de Socios está compuesto de 3 miembros fijos (actualmente Andrea Schlehber, Andrea Reitinger y Birgit Cáliz). Estas personas representan la gerencia y los departamentos de Relaciones Públicas & Información y Organizaciones Socias del Sur. Adicionalmente el departamento de compras está representado por el (la) encargado(a) de compras. La **coordinación del Comité de Socios** radica en el(la) encargado(a) del departamento de Organizaciones Socias del Sur (actualmente Birgit Calix).

Las tareas del Comité de Socios de la EZA son la implementación de la Política de Cooperación de la EZA, tomar todas las decisiones relevantes en relación a la admisión de nuevas organizaciones socias y la cancelación de relaciones comerciales, cuestiones de cooperación con los(as) socios(as) comerciales (incluyendo las evaluaciones de las organizaciones socias de la EZA y opiniones de contenido sobre el Comercio Justo).

10) Departamento Organizaciones Socias del Sur

Para fortalecer y consolidar el trabajo de selección, cooperación y constante monitoreo de los(as) socios(as) se creó en el año 2005 el departamento de „Organizaciones Socias del Sur - *Partner Attending*“. Las tareas de este departamento son entre otras:

- Recabar información acerca de las organizaciones socias de la EZA y preparación de los perfiles descriptivos de dichos socios comerciales
- Coordinación del Comité de Socios
- Redacción de documentos básicos para el Comité de Socios
- Evaluación a distancia e in situ de las (potenciales) organizaciones socias
- Constante monitoreo de las organizaciones socias de la EZA
- Desarrollo e implementación de la Política de Cooperación con los socios de la EZA (conjuntamente con los departamentos de compras para productos alimenticios y artesanales)
- Cooperación con el Grupo de Monitoreo de la EFTA
- Cooperar en cuestiones de monitoreo con la WFTO
- Acompañamiento de las visitas de socios(as) (incluyendo la coordinación de viajes de visita de nuestros socios(as) y productores(as) invitados)
- Realización de proyectos y fomento de los(as) socios(as)

11) Objetivos centrales en la cooperación con nuestros(as) socios(as)

Es un hecho que la EZA como importadora general de productos del Comercio Justo ofrece **una amplia gama de productos comercializados en forma justa**. Para poder ofrecerle a sus clientes ésta gran variedad de productos se obtienen actualmente materias primas y productos de 162 organizaciones socias registradas (ver punto 2). Por eso es necesario definir claramente el enfoque central en la cooperación con los(as) socios(as). Como base para ello escogimos el método de categorización de nuestros(as) socios(as). La categorización en éste caso **NO** es vista como una calificación (en relación al cumplimiento de los criterios del Comercio Justo), sino que refleja el grado de responsabilidad que la EZA tiene con sus socios(as) comerciales, la importancia de los socios comerciales para la EZA, las relaciones comerciales concretas y el surtido de productos de la EZA. **Para definir la intensidad de cooperación con los socios comerciales y resaltar el significado de cada organización socia, y sobre todo para hacerla más transparente para ellos y evitar falsas expectativas de parte de la EZA, es que se introdujeron tres categorías, que se definen de la siguiente manera:**

Categoría A:

- Socios(as) comerciales directos(as) con un volumen de compras mayor de 25,000.- Euros por año.
- Socios(as) comerciales estratégicos(as), que proveen directamente a la EZA sus productos para el surtido básico de la EZA (por ejemplo café, moda justa, pero también aceite de argán) o bien de quienes no existe un proveedor alternativo.

Categoría B:

- Socios(as) comerciales directos(as) con un volumen de compras entre 25,000.- y 5,000.- Euros por año.
- Socios(as) comerciales directos(as) con un volumen de ventas menor a 5,000.- Euros por año, que por razones de fondo se les debe de apoyar (por su ejemplar cumplimiento de los criterios del Comercio Justo o bien por el importante significado de la organización para los(as) productores(as) de base involucrados).
- Socios(as) comerciales indirectos(as) con un gran significado para el surtido básico de la EZA (por ejemplo organizaciones socias estratégicas de Gepa o Claro como Conacado y El Ceibo); En este sentido tiene un gran significado la asistencia de los(as) socios(as) por parte de la EFTA. Como resultado una organización miembro de la EFTA asume la responsabilidad principal sobre el contenido y compra de los productos de una organización socia y con ello la responsabilidad de informar al resto de los miembros de la EFTA. El cumplimiento de dicha misión se equipara con el *EFTA Partner Attending Marge* (margen por el servicio prestado), el cual es pagado por los otros miembros de la EFTA.

Categoría C:

- Socios(as) comerciales directos(as) con un volumen de compras menor de 5,000.- Euros por año.
- Proveedores(as) de productos que complementan el surtido de la EZA.

- Proveedores(as) adicionales o bien de repuesto (por el caso que un(a) proveedor(a) de la categoría A + B no puedan proveer)
- Socios(as) comerciales indirectos(as) con menor significado para el surtido de la EZA (por ejemplo proveedores de miel o cacao del grupo de proveedores de la Gepa).

Cada una de estas categorías se diferencia en la intensidad y alcance de cooperación con el socio comercial. Así las organizaciones socias de la categoría A pueden estar seguros de una cooperación intensa con la EZA. Al mismo tiempo la EZA da un mayor énfasis al acompañamiento de los contenidos y al cumplimiento de los criterios del Comercio Justo por parte de las organizaciones socias de este grupo. Esto va aparejado con un notorio compromiso de parte de las organizaciones socias para con la EZA (disposición de cooperación, transparencia, compromiso en el cumplimiento de los criterios del Comercio Justo, etc.) Un resumen de la categorización de las organizaciones socias se encuentra en el cuadro del anexo 5 "Lista de las organizaciones socias de la EZA".

12) Contenidos de la cooperación con la EZA

La intensidad y contenidos de cooperación están basados en la importancia económica o/y el compromiso social de la organización socia respectiva en el sentido de la categorización antes expuesta, aunque la importancia de la organización socia puede variar en el transcurso de la relación comercial (por un cambio en las exigencias del mercado, mayor demanda, significativo desarrollo al interior de las organizaciones socias, nuevo tema central por parte de la EZA, etc.). Por consiguiente la distribución hecha (ver anexo 5) refleja el estado actual, el mismo será actualizado y comprobado anualmente.

TODAS LAS ORGANIZACIONES SOCIAS DIRECTAS de la EZA tienen que saber que la EZA se responsabiliza por el cumplimiento de los criterios expuestos en el punto 5. Por el contrario, se demanda de todas las organizaciones socias de la EZA que cumplan dichos criterios y se sometan a periódicas comprobaciones (colección y actualización del cuestionario de la EFTA cada dos años).

En caso de TODAS LAS ORGANIZACIONES SOCIAS INDIRECTAS, la EZA exige a sus proveedores inmediatos (miembros de la EFTA y otras casas del Comercio Justo) que cumplan con los criterios expuestos en el punto 5 y demanda lo mismo a las organizaciones de productores. También en estos casos el monitoreo periódico se hace a través de la colección y actualización del cuestionario de la EFTA bianualmente (bien directamente o a través de la organización proveedora de la EZA).

Contenidos de cooperación con los socios comerciales de la EZA bajo consideración del significado económico (categorización):

Asunto	Contenidos de la cooperación con los socios comerciales
I) TODAS las organizaciones socias de la EZA (directas e indirectas)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Evaluación primaria y admisión por parte del Comité de Socios de la EZA ➤ Control periódico del cumplimiento de los criterios del Comercio Justo expuestos en el punto 5 por las organizaciones socias de la EZA (cada dos años) – monitoreo permanente ➤ Envío del informe anual de la EZA y de la auto-descripción de la EZA en inglés y español ➤ Comunicación de informaciones relevantes
II) TODAS las organizaciones socias DIRECTAS de la EZA	<p>Adicionalmente a los puntos expuestos en el inciso I):</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Información sobre la Política de Cooperación y firma del “Acuerdo de Cooperación” ➤ Compromiso de la EZA de cumplir con los criterios expuestos en el punto 5 en relación a sus organizaciones socias ➤ Información sobre el continuo desarrollo de la EZA – envío anual de una presentación <i>Power Point</i> ➤ Envío de informaciones relevantes sobre: la política de cooperación de la EZA, condiciones generales de compra y reclamaciones, directrices relevantes de la Unión Europea, exigencias del mercado, desarrollo del surtido de la EZA, cifras de ventas, etc. ➤ Invitación a participar en el <i>EZA-Reverse Assessment</i> (evaluación inversa de la EZA) cada dos años en el marco de la auto-evaluación de la EZA ➤ Envío del reporte de la auto-evaluación de la EZA y petición del reporte de auto-evaluación de aquellas organizaciones socias que son miembros de la WFTO; ➤ Información sobre el esperado volumen de pedidos y ciclo de pedidos ➤ Información general sobre las muestras enviadas – informaciones específicas sólo a solicitud de nuestros(as) socios(as).
III) Organizaciones socias de la categoría A	<p>Adicionalmente a los puntos expuestos en los incisos I) y II):</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Visitas in situ periódicas (sobre todo por los(las) encargados(as) de compras de la EZA) ➤ Periódicas evaluaciones de la EFTA (EFTA-Assessments para todas las organizaciones socias de la EZA, que no están certificadas por FAIRTRADE) realizadas por la EZA u otras organizaciones miembros de la EFTA o por

	<p>auditores(as) locales contratados por la EZA/EFTA (cada 3-5 años)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Amplio apoyo en el desarrollo y diseño de los productos ➤ Según el caso: Apoyo de proyectos de las organizaciones socias (de acuerdo con las posibilidades financieras) ➤ Con cada pedido recolección de ejemplos de calculación de los tres productos más importantes
IV) Organizaciones socias de la categoría B	<p>Adicionalmente a los puntos expuestos en los incisos I) y II):</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Si es necesario visitas in situ (sobre todo por los(las) encargados(as) de compras de la EZA) ➤ Cuando sea posible evaluaciones de la EFTA (<i>EFTA-Assessments</i>) para todas las organizaciones socias de la EZA, que no están certificadas por FAIRTRADE) realizadas por la EZA u otras organizaciones miembros de la EFTA o por auditores(as) locales contratados por la EZA/EFTA (cada 3-5 años) ➤ Apoyo específico en el desarrollo y diseño de los productos ➤ Según el caso: Apoyo de proyectos de las organizaciones socias (de acuerdo con las posibilidades financieras) ➤ Con cada actualización del cuestionario de la EFTA (cada 2 años) recolección de ejemplos de calculación de los tres productos más importantes
V) Organizaciones socias de la categoría C	<p>Nada adicional a los puntos expuestos en los incisos I) y II)</p>

EZA Fairer Handel / enero de 2013 (act. marzo de 2014)

Anexo 1: Los Diez Principios de la WFTO

Anexo 2: Condiciones generales de compra de la EZA

Anexo 3: Política de precios de la EZA

Anexo 4: Acuerdo de Cooperación

Anexo 5: Lista de las Organizaciones Socias de la EZA