



Normas Naturland de Comercio Justo

Naturland – Asociación para la agricultura orgánica
Kleinhaderner Weg 1, 82166 Gräfelfing, Alemania
Telf.: +49 (0)89 - 89 80 82-0, Fax: +49 (0)89 - 89 80 82-90
naturland@naturland.de
www.naturland.de

05/2010 © Naturland

Contenidos

Contenidos	2
1 Prólogo	3
2 Normas generales para la Certificación de Comercio Justo de Naturland.....	4
2.1 Certificación de empresas: “Naturland – Cooperación justa”	4
2.1.1 Para los procesadores de Naturland.....	4
2.1.2 Para los productores de Naturland.....	4
2.2 Certificación de producto: Certificación de productos de comercio justo de Naturland	4
2.3 Productores y productos de regiones en desventaja económica.....	5
2.4 Etiquetado de los productos con certificación de Comercio Justo de Naturland	5
3 Normas de Comercio Justo de Naturland.....	6
3.1 Responsabilidad social.....	6
3.2 Relaciones comerciales confiables	6
3.2.1 Prefinanciamiento (para “regiones en desventaja”).....	6
3.3. Precios justos para el agricultor	6
3.3.1 Fijación conjunta de precios (“estados miembros de OCDE”, ref. 2.3).....	6
3.3.2 Precio mínimo de Comercio Justo (para “regiones en desventaja”).....	6
3.3.3 Prima de Comercio Justo (para “regiones en desventaja”).....	7
3.4 Adquisición de materias primas de la región	7
3.5 Acuerdo mutuo para el aseguramiento de la calidad	7
3.6 Compromiso social	8
3.6.1 Prioridad a los pequeños productores (para “regiones en desventaja”).....	8
3.6.2 Fortalecimiento de las organizaciones de productores (en “regiones en desventaja”).	8
3.7 Estrategia conjunta y transparencia	9

1 Prólogo

Agricultura orgánica, responsabilidad social y comercio justo

Los tres pilares fundamentales de la sostenibilidad son: la agricultura orgánica, la interacción social y el comercio justo. Ellos juntos forman una unidad coherente y consistente. Un entorno justo es una condición vital para que la agricultura orgánica pueda garantizar la existencia misma de los agricultores y de sus familias de todo el mundo, a largo plazo.

La visión holística de los principios de Naturland incluye también la interacción social de quienes viven y trabajan en las empresas agrícolas. La responsabilidad social, tanto en la producción y como en el proceso, forma parte de los estándares. También es un principio fundamental de Naturland para la certificación del comercio justo.

Antecedentes y principios de la Certificación de Comercio Justo de Naturland

Las campañas a nivel mundial de Naturland para la producción orgánica y el reconocimiento social de la agricultura orgánica contribuyen a la preservación del medio ambiente, el uso sostenible de recursos, seguridad alimenticia y la mejora de condiciones de vida de quienes trabajan en este campo. En 1986, Naturland comenzó sus operaciones internacionales en colaboración con GEPA. En los años siguientes, las organizaciones de comercio justo, dwp eG y BanaFair se unieron a dichas operaciones. Se identificaron muchos temas y desafíos comunes en diversas áreas del trabajo de Naturland. Como una consecuencia lógica de esta cooperación, los estándares sociales, que estaban ya bastante desarrollados, se incluyeron en las normas de Naturland y, finalmente, se adaptó los criterios del comercio justo a las condiciones imperantes en Alemania. En el 2006, los primeros procesadores de Alemania, que buscaban materias prima locales, se sometieron a una evaluación conforme a los "Criterios de Naturland para la cooperación justa" y fueron reconocidos por tener una estrategia sostenible. Naturland sigue cooperando con las organizaciones de Comercio Justo para desarrollar más el tema.

FINE, la asociación internacional de las cuatro principales redes de comercio justo (FLO, IFAT, NEWS y EFTA) define los objetivos de Comercio Justo de la siguiente manera: "El Comercio Justo es una relación comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en la comercialización internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales, y asegurando los derechos de los productores y trabajadores marginados, especialmente los del hemisferio sur". Su finalidad es la de combatir la pobreza mediante el comercio y mediante el fortalecimiento de organizaciones de productores que, de otro modo, hubieran sido excluidas del mercado mundial, y hoy tienen acceso al mismo.

La Norma Naturland de Comercio Justo, en su versión actualmente disponible, es tanto una consecuencia lógica, como el resultado inevitable del largo proceso de desarrollo de la asociación Naturland. Esta norma se amplía, y se hace específica el documento denominado "Criterios de Naturland para la cooperación justa". Por otra parte, también se basa en la definición de FINE y en los valores fundamentales de las organizaciones de Comercio Justo, tal como están definidos en la "declaración de principios de Comercio Justo" (WFTO y FLO 2009).

El objetivo de la certificación de comercio justo de Naturland es apoyar a que más miembros tengan acceso a los mercados de creación de valores y a canales de comercialización más eficientes, y fortalecer los valores del comercio orgánico, social, regional y justo. Una vez alcanzados, estos valores pueden y deben contribuir a la mejora de las condiciones de vida y asegurar la existencia de las unidades de producción agrícola. El establecimiento de relaciones de comercio justo no es una cuestión de caridad, sino de establecer contactos de cooperación que se encaminen al cambio y el desarrollo mediante el comercio. La política de transparencia de las relaciones de comercio justo permite que ellas contribuyan de manera importante a la creación de redes de trabajo entre productores y consumidores, y a mantener informado al público en general sobre la evolución de la industria de alimentos orgánicos, la justicia social y las oportunidades de cambio. Solamente con el apoyo de los consumidores se pueden lograr reformas integrales en la cultura comercial y conservar nuestras condiciones de vida.

2 Normas generales para la Certificación de Comercio Justo de Naturland

La certificación de comercio justo de Naturland es una opción complementaria y voluntaria para los productores, procesadores y comercializadores que solicitan la certificación Naturland. En todo caso, la base para la certificación de Comercio Justo es la certificación orgánica de Naturland. Los Reglamentos generales (Partes A. resp. C) de la norma de Naturland son también aplicables para la certificación de Comercio Justo.

El término "Certificación de Comercio Justo de Naturland" se utiliza como un término genérico tanto para la certificación de empresas completas, como para la certificación de productos específicos, siempre en el contexto de una relación de comercio justo. El logotipo de Comercio Justo, Naturland Fair, se utiliza para etiquetar los productos en ambos casos. El rótulo adicional "Naturland - Cooperación justa" está reservado exclusivamente a los productores y procesadores de Naturland que cuentan con una certificación propia para toda su empresa.

2.1 Certificación de empresas: “Naturland – Cooperación justa”

Las normas de producción orgánica de Naturland requieren, como un principio general, la conversión de toda la empresa al sistema de producción orgánica. Por lo tanto, el objetivo de esta norma también es el de certificar toda la empresa conforme a las normas de comercio justo de Naturland.

Las empresas con certificación “Naturland – Cooperación justa” son miembros del comercio justo de Naturland. Tales procesadores y productores están autorizados a referirse a la certificación "Naturland - Cooperación justa" en sus relaciones comerciales, y en el etiquetado de sus productos.

2.1.1 Para los procesadores de Naturland

Una pre-condición para la certificación “Naturland – Cooperación justa” de procesadores y comercializadores es que al menos el 70% de sus diferentes productos sean producidos, procesados o comercializados conforme a la norma de comercio justo de Naturland. Además, el procesador debe demostrar que el 30% restante no está disponible en calidad de Comercio Justo, conforme a la lista de prioridades indicada en las Normas de procesamiento de Naturland.

2.1.2 Para los productores de Naturland

Para el caso de organizaciones de productores, siempre se examinará a toda la asociación en su conjunto. Se define como “organización de productores“ tanto a los grupos de productores (asociaciones de productores, cooperativas, etc.) que cooperan entre sí para la venta de los productos de sus miembros, como a las empresas que subcontratan a productores (por ejemplo, a pequeños agricultores). Para las fincas y plantaciones (por ejemplo, de té), y otros operadores que cuenten con sus propios empleados, también se examinará a toda la empresa en su conjunto.

Los productores individuales (por ejemplo, fincas manejadas por una familia) que entregan sus productos a empresas con certificación de comercio justo de Naturland, no requieren una certificación adicional de comercio justo. Sin embargo, se les informa sobre el contenido de las normas de comercio justo de Naturland y sobre el objetivo de la certificación “Naturland – Cooperación justa”. Si lo desean, los productores independientes también pueden solicitar esta certificación corporativa (por ejemplo, para usarla en la comercialización directa).

2.2 Certificación de producto: Certificación de productos de comercio justo de Naturland

Naturland ofrece a los procesadores y comercializadores la certificación de comercio justo para los productos específicos que están en proceso hacia una certificación corporativa. Un producto puede ser certificado de comercio justo de Naturland en cuanto la suma total de la materia prima contenida procedente de una relación de comercio justo supere el 50% (en peso seco) y que se demuestre que el porcentaje restante no está disponible en calidad de comercio justo conforme a la lista de prioridades de comercio justo de Naturland. Estos productos están autorizados para llevar el logotipo “Naturland Fair”.

2. Normas generales para la Certificación de Comercio Justo de Naturland

Las empresas que certifican solamente algunos productos específicos como "Naturland Fair", no están autorizados para usar el término "Naturland - Cooperación justa" en su publicidad general.

2.3 Productores y productos de regiones en desventaja económica

Algunos de los apartados de las normas sólo son aplicables a los productores y productos procedentes de África, Asia, América Latina y de otras regiones marginadas del mundo. En estas normas, dichas regiones son denominadas de manera general "regiones en desventaja". OCDE, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo, mantiene una lista de los países a los que se reconoce públicamente el derecho a recibir pagos de ayuda para el desarrollo (lista del CAD de la AOD beneficiarios). Naturland basa sus criterios en esta lista de países, pero, en casos especiales y previa solicitud de los productores marginados de otros países, la presente normativa de Naturland puede ser aplicable también para ellos.

Todos los demás países a los que se hace referencia en esas normas son Estados miembros de la OCDE, que son los países con alto ingreso per cápita.

2.4 Etiquetado de los productos con certificación de Comercio Justo de Naturland

Los productos deben mostrar la proporción en el producto final de los ingredientes obtenidos de relaciones de Comercio Justo. En la lista de ingredientes se debe identificar tanto cada uno de los ingredientes procedentes de Comercio Justo, como su proporción total en el producto final (en porcentaje). El objetivo es asegurar que el 100% del contenido sea de calidad "Naturland Fair".

El uso del logotipo "Naturland Fair" se rige conforme a un contrato de sublicencia firmado con Naturland Zeichen GmbH.

El único logotipo permitido es "Naturland Fair", con autorización por parte de Naturland Zeichen GmbH.

3 Normas de Comercio Justo de Naturland

3.1 Responsabilidad social

Las normas de Naturland incluyen la interacción social con las personas que viven y trabajan en las parcelas.

Los productores, procesadores y comercializadores que tienen la certificación de Comercio Justo de Naturland cumplen las normas de Responsabilidad social (ref. Normas de Producción de Naturland parte A / III. y Normas Procesamiento de Naturland parte C / IV.).

3.2 Relaciones comerciales confiables

Las relaciones comerciales establecidas con el objetivo de mantener una cooperación a largo plazo basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, contribuyen a garantizar que productores y procesadores se beneficien con un mayor grado de previsibilidad, seguridad y estabilidad.

El objetivo es establecer relaciones comerciales fiables y de largo plazo, lo que incluye un intercambio regular de información y una planificación conjunta de las cantidades necesarias por año.

3.2.1 Prefinanciamiento (para “regiones en desventaja”)

Se debe garantizar que los productores de las regiones en desventaja cuenten con pre-financiamiento para llevar adelante su cosecha, especialmente en aquellas regiones económicamente débiles o que no tienen acceso a préstamos bancarios con intereses adecuados. En estas condiciones, se puede otorgar hasta un 60% del monto solicitado. La tasa de interés aplicada para el pre-financiamiento al productor no puede ser superior a la tasa vigente para el préstamo tomado por el procesador/importador. El plazo estipulado para realizar los pagos será confirmado por escrito. No se deberá otorgar un pre-financiamiento si existe el riesgo de que las organizaciones de productores no puedan cumplir con el pago de los intereses correspondientes al pre-financiamiento, o que no sean capaces de cumplir con las entregas de producto acordadas. La entidad responsable de otorgar el pre-financiamiento debe informar a Naturland cuando exista este tipo de riesgo.

3.3. Precios justos para el agricultor

Los precios pagados por los productos agrícolas / materias primas se deben calcular con una visión de garantizar el sustento adecuado de los productores y, por tanto, no deben estar orientados a buscar el precio más barato de cualquier tipo de producto. Además de cubrir el costo de producción local promedio, los precios deben incluir un margen adecuado para que los productores puedan realizar las respectivas inversiones futuras.

La empresa compradora no puede utilizar un acuerdo de precio justo para bajar los precios acordados en otros contratos, ni para compensar sus costos de alguna otra manera.

3.3.1 Fijación conjunta de precios (“estados miembros de OCDE”, ref. 2.3)

Se fijará el precio justo de los productos mediante negociaciones conjuntas entre los productores y la empresa compradora sobre el precio mínimo o sobre los recargos a aplicar. Por lo general, los compradores respetan un valor mínimo equivalente al tercio superior del promedio de mercado durante los últimos tres años.

3.3.2 Precio mínimo de Comercio Justo (para “regiones en desventaja”)

Si FLO-International, con sede en Bonn, Alemania, ya ha fijado el precio mínimo para los productos de "regiones en desventaja", las empresas con certificación de comercio justo de Naturland deben garantizar al menos el pago de ese precio mínimo a los productores. Si el precio del mercado es mayor que el precio mínimo de FLO, el precio del mercado debe ser el punto de referencia para el pago.

Si no existe un precio mínimo de FLO o si éste es evidentemente insuficiente, entonces se debe pagar un monto equivalente a los costos de producción más una ganancia adecuada (margen) de al menos el 10% para cubrir futuras necesidades de inversión.

3.3.3 Prima de Comercio Justo (para “regiones en desventaja”)

Los procesadores y comercializadores con la certificación de comercio justo de Naturland deben pagar una prima de comercio justo a las organizaciones de productores por los productos de las "regiones en desventaja". Ésta se debe utilizar exclusivamente para financiar proyectos sociales, educativos, de salud y de protección del medio ambiente (por ejemplo, proyectos de desarrollo comunitario), o como un ingreso adicional para los pequeños productores. (ver también no. 6).

Las organizaciones de productores debe usar la prima de Comercio Justo de Naturland para mejorar sus condiciones sociales y económicas. En este sentido, se dará la mayor prioridad a los miembros más desfavorecidos de la organización.

Si FLO ha establecido una prima mínima de comercio justo, las empresas con la certificación de Comercio Justo de Naturland deben pagar por lo menos ese monto a la organización de productores. Si no existe esta referencia, es obligatorio, pagar al menos el 10% del precio de producción¹.

Los productores deben decidir conjuntamente cómo utilizar la prima de comercio justo. Los empleados y trabajadores de las plantaciones también deben tomar parte en esta decisión.

La junta directiva debe escribir un informe anual de cada actividad y proyecto financiado por el fondo de la prima de comercio justo e informar al respecto a los miembros de la organización. Si sus socios comerciales lo solicitan, debe proporcionárseles también esta información.

Se puede aplicar diferentes reglas para el pago de la prima, según el tipo de organización.

- En organizaciones de pequeños productores: pago directo a la organización
- Empresas que cuentan con trabajadores: pago a una cuenta especial para los trabajadores / empleados
- Productores subcontratados: pago a una cuenta separada, de la cual se hace responsable una organización de apoyo (ONG) o un representante de los productores.

3.4 Adquisición de materias primas de la región

Las relaciones de comercio justo que funcionan bien priorizan las estructuras locales que han ido evolucionando con el tiempo, o que actualmente están en desarrollo, en lugar de hacer intercambios entre diferentes lugares del mundo. Se prioriza la producción local para alimentar a la población y el mercado a nivel local.

El productor y el procesador darán preferencia a las fuentes locales al adquirir bienes y medios de producción (piensos, semillas, productos para el mercado directo, etc.).

El procesador adquiere al menos el 80% de los productos agrícolas de fuentes locales, siempre que cumplan con la cantidad y la calidad requeridas y si están disponibles en la temporada.

Si es necesario proveerse de materia prima de "regiones en desventaja", o si tal adquisición sirve para ayudar a los productores conforme a los principios del comercio justo, este aspecto tiene prioridad sobre el referido a la procedencia de materias primas desde fuentes locales.

3.5 Acuerdo mutuo para el aseguramiento de la calidad

Sólo puede lograrse la mejor garantía de calidad, en beneficio de ambas partes, mediante un intensivo intercambio de información y mediante la cooperación en un clima de confianza.

El comprador y los productores trabajan juntos en las medidas de control de calidad de los productos agrícolas, con un espíritu de cooperación. Para el mejoramiento continuo de la calidad del producto es

¹ *Ex works*: Costo que excluye transporte, aduanas e impuestos. Ésta es la base del premio de comercio justo.

importante verificarla conjuntamente. Para resolver cualquier problema de calidad, o de cumplimiento de los volúmenes acordados, es necesaria una comunicación transparente y bidireccional, y procedimientos acordados de forma conjunta.

3.6 Compromiso social

El establecimiento de relaciones comerciales justas depende de la existencia de un sistema funcional de bienestar social y de un alto espíritu de cooperación, tanto a nivel internacional como a nivel local.

Las empresas con certificación de comercio justo de Naturland demuestran un compromiso social superior a la media, también a nivel del apoyo que prestan a sus proveedores. Así por ejemplo, ellas se involucran activamente en la protección del medio ambiente, en organizaciones sin fines de lucro, o prestan asistencia a proyectos relacionados con el medio ambiente, salud, educativos, sociales o culturales, o fomentan la agricultura sostenible, al nivel de los productores.

Siempre que es posible, se crea empleos y puestos para aprendices, y si es necesario hasta en mayor medida que lo que estipulan las leyes nacionales correspondientes (por ejemplo, para personas con discapacidad o personas en situaciones críticas).

Otra manera de demostrar el compromiso social es por medio de la instalación de un servicio de cafeterías (o locales para refrigerio) en la empresa, que permita incrementar el consumo y la oferta de productos orgánicos y de comercio justo.

Además, la comercialización de los productos está relacionada con proyectos educativos o campañas de información al consumidor sobre los antecedentes y los diversos aspectos de la "Cooperación de Comercio Justo".

3.6.1 Prioridad a los pequeños productores (para “regiones en desventaja”)

Es importante asegurar la existencia de estructuras de agricultores en todo el mundo. A pesar de que la agricultura es el sector más importante en las regiones en desventaja del mundo, ésta es realizada por un gran número de agricultores pobres. Por ello es fundamental dar prioridad al trabajo con los pequeños productores, para reducir su pobreza y para asegurar que ellos produzcan suficientes alimentos para cubrir las necesidades de la familia y para incrementar su productividad.

Las empresas certificadas por Naturland son conscientes de ello y dan preferencia a las organizaciones de pequeños productores al momento de comprar materia prima de las "regiones en desventaja".

Los socios del Comercio Justo de Naturland (tanto procesadores como comercializadores), abogan por la desaparición de las barreras políticas y económicas que impiden el desarrollo de los pequeños productores. Ellos apoyan a las organizaciones de productores brindando servicios educativos y de capacitación, y representando sus intereses públicamente.

3.6.2 Fortalecimiento de las organizaciones de productores (en “regiones en desventaja”)

Los productores y los empleados que abastecen o que trabajan en las empresas de Comercio Justo de Naturland deben estar informados sobre las normas de comercio Justo de Naturland y sobre el objetivo de esta certificación. Las organizaciones de productores tienen la posibilidad de implementar medidas que fomenten sus capacidades y su fortalecimiento gracias al apoyo de las empresas con certificación de comercio justo. Dicho fortalecimiento se realiza por medio de: apoyo para acceder a la educación continua, apoyo a proyectos de desarrollo organizativo y del personal (construyendo capacidades) y el desarrollo de estrategias / diseño de medidas que ayuden a los miembros de la organización a tener una vida autónoma e independiente (empoderamiento).

De esta manera, las organizaciones y sus miembros están en condiciones de satisfacer sus propias necesidades y de tomar el control de sus propias vidas.

3.7 Estrategia conjunta y transparencia

Las empresas con certificación de comercio justo de Naturland deciden la manera en que van a dar cumplimiento a las normas de comercio justo de Naturland. Las opiniones de los miembros, productores, trabajadores y / o personal deben incluirse en la estrategia de implementación de las normas Naturland, con el fin de que ellos estén conscientes de esta estrategia (puede ser en forma de una política documentada, o de una guía interna). Si se lo requiere, esta estrategia se pondrá también a disposición de los socios comerciales.

La empresa certificada de comercio justo debe establecer una política razonable de participación, con el fin de incluir a los empleados, trabajadores, miembros y productores en el proceso de toma de decisiones.

La transparencia es un requisito esencial para las relaciones comerciales de Comercio Justo con la certificación de Naturland. Ésto se aplica particularmente a la fijación de precios, al origen de los productos y a los procedimientos operativos.