



Organización de Comercio Justo de Mundo

Código de Práctica

El objetivo de la Organización de Comercio Justo de Mundo (WFTO) es mejorar las condiciones de vida de los habitantes más empobrecidos de los países en desarrollo, para ello WFTO vincula y fortalece a las organizaciones que proponen alternativas justas contra las injustas estructuras y prácticas comerciales. Basándose en los principios de solidaridad y cooperación mutua los miembros de WFTO se han unido para crear una forma alternativa y más justa de hacer negocios. WFTO es por tanto una federación que promueve el comercio justo y un foro que propicia el intercambio de información que ayude a los miembros a aumentar los beneficios para los productores.

Los miembros de WFTO se adhieren a las siguientes prácticas:

1. **Compromiso con el Comercio Justo** - En su actividad comercial procuran el bienestar social, económico y ambiental de los productores marginados de los países en vías de desarrollo. Por ello practican el comercio en condiciones equitativas, pagos justos por la mano de obra del productor y precios justos. Identifican las estructuras, mecanismos, prácticas y actitudes comerciales injustos y los evitan. En vez de competir entre sí, los miembros de WFTO cooperan para promover el comercio justo y la justicia social, sus prácticas comerciales favorecen al productor y no constituyen un medio para maximizar sus utilidades a costa del productor.
2. **Transparencia** - Comparten periódicamente y en forma totalmente abierta su información financiera, políticas de gestión, prácticas comerciales, fuentes de productos, planes y programas de producción, marketing y desarrollo. De esta manera tanto los miembros de WFTO como el público en general pueden evaluar la efectividad financiera y social de WFTO y de cada uno de sus miembros. Sin embargo esta política de apertura respeta informaciones comerciales o políticas de carácter confidencial.
3. **Ética** - En la estructura de sus organizaciones los miembros de WFTO reflejan su compromiso con la justicia, el empleo justo, contabilidad oficial, y emitir reportes periódicos financieros y de actividades. Procuran alcanzar la mayor eficiencia posible al menor costo, y, según las características de cada organización, involucran a los trabajadores en la gestión y en la toma de decisiones. Procuran brindar a sus trabajadores ingresos que les permitan cubrir sus necesidades básicas, incluyendo atención de la salud, educación y capacidad de ahorro.
4. **Condiciones de Trabajo** - Garantizan un ambiente de trabajo seguro que cumpla al menos con los reglamentos de seguridad industrial de su localidad. Brindan oportunidades a todas las personas para que desarrollen su potencial. Se aseguran



que el trabajo se realice en condiciones de trabajo humanas, utilizando materiales y tecnologías apropiadas y desarrollando buenas prácticas de trabajo y producción.

5. **Empleos con Igualdad de Oportunidades** - Se oponen a la discriminación y aseguran igualdad de oportunidades en el empleo tanto a hombres como a mujeres que sufran la explotación de su trabajo, los efectos de la pobreza y de prejuicios raciales, culturales o de género.
6. **Preocupación por las personas** - Promueven el desarrollo que mejore la calidad de vida y que sea sostenible y responsable tanto para las personas como para el mundo natural. No explota el trabajo infantil. Las actividades comerciales no contravienen los reclamos de pueblos nativos sobre sus tierras u otros recursos de vital importancia para su modo de vida.
7. **Preocupación por el Medio Ambiente** - Promueven la comercialización de productos que no sean perjudiciales para el medio ambiente y administran los recursos en forma sustentable, salvaguardando el patrimonio ecológico.
8. **Respetan la Identidad Cultural de los Productores** - Alientan la producción y desarrollo de productos propios de la tradición cultural de los productores y hechos sobre la base de sus propios recursos naturales. Promueven el empleo de los conocimientos artísticos, tecnológicos y organizativos de los productores como una forma de ayudarlos a preservar y desarrollar su identidad cultural.
9. **Educación y Promoción y Defensa del Comercio Justo** - Educan e informan a los consumidores sobre el injusto orden económico mundial y sobre la pobreza de los productores del tercer mundo. Promueven el mayor grado de justicia que se alcanza con el comercio alternativo y lo difunden como modelo válido para cambiar las injustas estructuras y actitudes del comercio internacional. Aumentan la conciencia del público y de las empresas respecto al comercio alternativo y sobre los valores culturales y tradicionales del Sur para promover comprensión y respeto intercultural hacia sus pobladores.

Relaciones de Trabajo

Las organizaciones que participan en el comercio justo establecen sus relaciones en un marco de solidaridad, confianza y respeto mutuo, evitando perjudicar o dañar la imagen y reputación de sus colegas. Estas relaciones se basan en beneficios recíprocos e intercambios justos y su naturaleza trasciende el propio comercio. Los miembros y observadores de WFTO acuerdan solucionar sus diferencias mediante el diálogo abierto y directo.

1. **Relaciones entre Organizaciones de Comercio Alternativo (ATOs) y Consumidores** - Los ATOs proporcionan a los consumidores productos de alta calidad y precio justo, los educan y mantienen informados. Los ATOs reconocen que al brindar buena atención al consumidor -incluyendo respeto al consumidor, técnicas de comercialización honestas y provisión de información- actúan éticamente y benefician a todas las partes involucradas en el ciclo comercial. Los ATOs reciben de sus consumidores información y reacciones del mercado respecto a los productos.



2. **Relaciones entre ATOs** - En su papel de representantes de los productores, los ATOs se esfuerzan por coordinar sus actividades y ayudarse entre sí para alcanzar eficiencia comercial al menor costo posible y abrir mercados para beneficio de los productores. Su cooperación y la intermediación comercial que realicen responden a una clara y eficiente división del trabajo, en función de su ubicación geográfica y de sus recursos. Los ATOs cooperan entre sí intercambiando información sobre productos y necesidades del mercado así como sobre las formas de satisfacerlas, incluyendo abastecimiento y comercialización conjuntos. Procuran evitar tanto la duplicación como la exclusividad mediante convenios de marketing y representación. También cooperan obteniendo financiamiento tanto para ellos como para las organizaciones de productores mediante créditos, préstamos y capital de trabajo y optimizando los recursos existentes.

3. **Relaciones entre ATOs y Organizaciones de Productores** - La función del ATO es comprar y vender y la función de las organizaciones de productores es producir y vender. Su relación comercial se complementa con otras acciones que enfrentan la situación en general. Pone a disposición de los miembros y observadores: información de mercado, información sobre la reacción de los consumidores respecto a los productos, apoyo financiero y otros servicios relevantes, de acuerdo a su capacidad. Tomando en consideración las habilidades y recursos de los productores, los ATOs y las organizaciones de productores procuran mejorar la calidad, aceptabilidad y variedad de su oferta de productos. Tanto los ATOs como las organizaciones de productores acuerdan cumplir oportunamente sus compromisos, de forma responsable y profesional.

4. **Relaciones entre Organizaciones de Productores** - La cooperación entre organizaciones de productores es franca, abierta y de mutuo respeto para beneficio de todos sus miembros. Las organizaciones de productores evitan la competencia desleal pues no duplican diseños ni patrones de otro grupo sin contar con su autorización. Intercambian información, realizan talleres de capacitación conjunta, emprenden acciones colectivas y, en la medida de lo posible, discuten problemas comunes. Entre los miembros de WFTO se encuentran organizaciones de comercio alternativo del norte y del sur y organizaciones de productores y organizaciones que apoyan los objetivos de WFTO pero no se involucran directamente en la comercialización.

Aprobado en la Conferencia de IFAT en 1995, en New Windsor, Maryland 13 de mayo de 1995.

Firmado por : _____

Organización: _____